

## **Maestría en Negocios Digitales**

### **Trabajo de titulación**

Modalidad Examen complejo – portafolio de proyectos de aplicación profesional

### **Ensayo reflexivo sobre estrategias de transformación digital aplicadas a tres casos prácticos del Ecuador durante el año 2022**

#### **Nombre completo del estudiante:**

Jennifer Cecilia Campoverde Macías

**Trabajo final para la obtención del título de Máster en Negocios Digitales**

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE**

**Diciembre - 2022**

## ÍNDICE

Introducción.....	3
Desarrollo Caso 1: Pioneros, Plataforma de capacitación para emprendedores.....	6
Desarrollo Caso 2: Digitalización del proceso de Admisiones Pregrado de la Universidad Casa Grande.....	10
Desarrollo Caso 3: W&J Store.....	13
Conclusión.....	16
Bibliografía.....	18

## **Introducción**

Hoy en día y debido a los avances estratégicos, la tecnología ha evolucionado de una manera impresionante y los negocios digitales se han visto beneficiados con el uso del internet para tener el fin de comercializar sus productos o servicios. Todo esto se trata de modelos que están en constante crecimiento para poder de esta forma negociar y lograr ofrecer un sin número de oportunidades con sobresalientes resultados. Este tipo de entorno digital es un medio donde las personas pueden acudir para lograr monetizar y tener muchos más ingresos y nuevas oportunidades de trabajo, especialmente en la época de Covid-19 donde hubo procesos difíciles como la crisis sanitaria, limitación del contacto social y reducción de la movilidad, fue necesario aferrarse a ciertas cosas que nos podían impulsar a sacar adelante alguna marca, empresa, producto, y esa fue la ayuda de la tecnología. Por ejemplo, para poder tener una empresa, se necesita lograr desarrollar un sin número de actividades e incrementar la parte económica, que de seguro producirán servicios o bienes. Resulta relevante tener algún tipo de emprendimiento que llegue con una idea innovadora, que genere ganancias y beneficios para los consumidores, como lo fueron los tres casos desarrollados.

El primer proyecto consistió en la creación de una plataforma llamada Pioneros, que permita capacitar a personas emprendedoras que desean iniciar sus negocios, asesorándolos de tal manera, que logren superar la barrera de los tres años que es el máximo que han sabido llegar los emprendimientos ecuatorianos ya que el fracaso de éstos se debe a que los proyectos nacen de la necesidad y no de la demanda actual del mercado , por esto la propuesta es poder resolver un sin número de dudas de cómo iniciar un ecommerce, así mismo capacitarlos en cómo crear una página web haciendo reconocer su marca y en donde logren muchos seguidores y visitas, este caso se realizó durante el año 2022 en equipo con Alba Valarezo Sánchez. Por otro lado está el segundo caso en donde se procede a realizar el análisis para la digitalización de los procesos en el área de Admisiones pregrado de la Universidad Casa Grande, este laboratorio se desarrolló con la finalidad de agilizar el proceso de inscripción, inducción y cierre de un postulante concretando el cierre de la venta que consiste en el cambio del estatus de postulante a estudiante de la universidad, tratando de optimizar el tiempo, cuyo proceso normalmente dura tres semanas, siendo nuestra propuesta reducirlo a una semana, lo importante aquí para que esto funcione es que el postulante interesado tenga el incentivo de querer ingresar y ser parte de la comunidad Casagrandina, en el desarrollo de este caso se encontraron muchas problemáticas que hacen que el proceso de venta sea muy extenso, este trabajo se lo realizó durante el año 2022 en equipo con Alba Valarezo Sánchez y María Angélica González Dyer. Continuando con el tercer caso podemos indicar que se trató de aplicar todos los conocimientos adquiridos en cuanto a temas de marketing digital, ecommerce y monetización, teniendo como objetivo lograr el reconocimiento de la marca del ecommerce W&J Store cuya problemática principal es el de no contar con el contenido suficiente y adecuado ni el debido manejo de sus redes sociales, con la meta de tener más alcance a la población, siendo la propuesta el lograr incrementar los followers tanto en Facebook como en Instagram, es por esto que principalmente se buscará utilizar las estrategias aprendidas logrando aumentar el tráfico en la página web y en redes sociales, este trabajo se lo realizó durante el año 2022 en equipo con Alba Valarezo Sánchez y María Angélica González Dyer.

Estos tipos de casos fueron aplicados hacia las personas y empresas que quieren tener un mejor alcance a nivel tecnológico. El primer y último laboratorio busca pulir ciertas estrategias de visualización en sus proyectos y para ello se necesita capacitación constante. El segundo laboratorio está enfocado en el ámbito de la educación, teniendo como objetivo apresurar procesos que empiezan con la venta de un producto en este caso las carreras de la universidad y finalice con la matriculación del postulante, y para lograr todo este compendio se debe contar también con la aplicación de los conocimientos adquiridos a nivel de gestión de equipos, digitalización de procesos y ciberseguridad buscando salvaguardar todo lo que contiene información de datos personales sensibles como datos bancarios, datos médicos, facturas, etc.

## Desarrollo Caso 1: Pioneros, Plataforma de capacitación para emprendedores



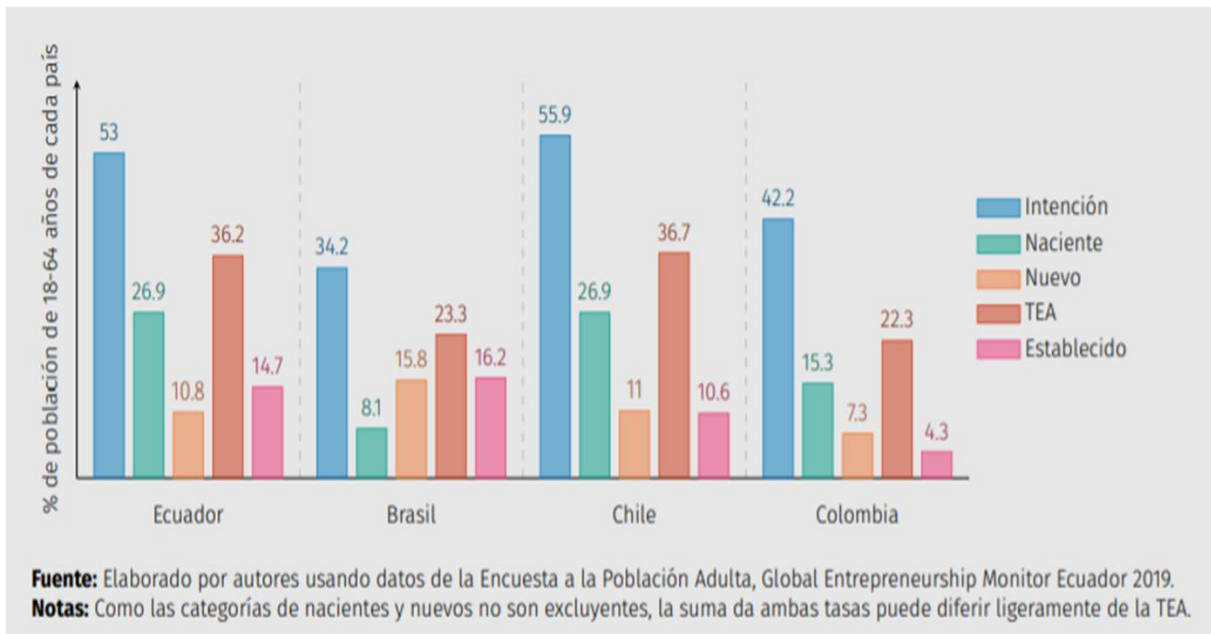
Desde un inicio se mencionó que la estrategia de estos proyectos es realizar una actividad en donde se vean apoyados de la tecnología y de esta forma mejorar la comunicación por sitios web o aplicaciones destacadas, para ofrecer productos o servicios que incrementen el consumo del mercado y así poder obtener ingresos usando diversas plataformas y canales relacionadas al uso del internet. Uno de los grandes beneficios que incluyen este tipo de negocios a diferencia de las empresas tradicionales se basa en que la gran mayoría de los casos no es necesario una oficina o tienda física, esto representa grandes ingresos puesto que nos da la oportunidad de tener ahorros de costo para los empresarios digitales.

Numerosos estudios son los que se han realizado para intentar definir el impacto de la tecnología en las redes sociales (<https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-ecuador-en-el-2020>), en el proyecto número uno se hace referencia de una plataforma de capacitación para emprendedores, considerando que Ecuador ostenta la tasa de emprendimiento más alta de la región andina con el 29.6% (Global Entrepreneurship Monitor-Ecuador 2019-2020, GEM – ESPAE) ayudándonos a comprender la problemática del emprendedor y fijándonos como objetivo llegar a ser los primeros en realizar este tipo de trabajos. Nuestra propuesta inicial es seleccionar el segmento de mercado teniendo presente que hoy en día en Ecuador tanto hombres como mujeres han nacido totalmente emprendedores cuyas edades están oscilando entre 18 a 55 años ([https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/epf\\_npd02\\_Ecuador\\_es.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/epf_npd02_Ecuador_es.pdf)), estas personas están contando con un entusiasmo muy notorio teniendo ideas positivas

para tener algún tipo de recompensa como lo es el reconocimiento para lograr tener su propio negocio.

Se tiene presente que, para llevar a flote un negocio o trabajo es una tarea que conlleva al emprendedor a capacitarse para mejorar sus habilidades, se necesita independencia laboral, seguridad mental, manejar su propio tiempo, cooperación, control adecuado de las finanzas, liderazgo frente a los colegas. Se torna un poco complicado tener este tipo de responsabilidades ya que en este primer caso nuestro mayor desafío es que somos nuevos en el mercado, aparte, existe una alta competencia local y se requiere de una fuerte inversión para su desarrollo pero así como tenemos debilidades, podemos transformarlo y enfocarnos en las fortalezas de nuestro proyecto, como lo son tener un fácil acceso y uso de la plataforma con ciertos módulos gratuitos, habrán diferentes cursos para fortalecer habilidades personales haciendo uso de la realidad virtual para fomentar la práctica. Se ha mencionado que este proyecto puede ser nuevo en el mercado, pero esto también es algo positivo ya que es una plataforma única y al ser así no habrá tantas opciones en el mercado y los clientes no lo pensarán dos veces para darse la oportunidad de capacitarse y pagar por el servicio, pero así mismo es necesario estar siempre pendiente del mercado y tener presente que puede haber cambios, todo esto nos servirá para que el equipo de community manager actualice la plataforma constantemente.

Para aportar a la problemática actual del emprendedor y poder crear nuestra plataforma, debemos considerar y tomar decisiones iniciando con el análisis del perfil del cliente, principalmente buscar a personas que deseen iniciar un negocio o que ya tengan algún tipo de mercado de manera empírica, que buscan mejorar sus habilidades o capacitarse. De acuerdo al estudio realizado por Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017 (<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50078>), se ha hecho el análisis de las dos principales motivaciones que ha tenido Ecuador como lo es la oportunidad y la necesidad, ya que emprender dinamiza la economía y genera fuentes de empleo existiendo un 30% de la población que son los que poseen un negocio reciente.



Así mismo dentro del perfil del cliente se consideran importante varios aspectos como por ejemplo, cómo se desenvuelve en el trabajo, si presenta algún tipo de frustración ya sea funcional, social o secundaria a manera de falta de dinero para invertir, falta de tiempo, los costos de la mano de obra pueden estar incrementados, no se logra tener las ventas esperadas porque el producto no llega a ser lo suficientemente atractivo, no tener ningún tipo de apoyo en las redes sociales, no tener conocimientos de las estrategias de los mercados.

La idea principal de esta plataforma es permitir al emprendedor sentirse acompañado ya que tendrán la opción de asesorías directas en el momento de la suscripción. Los emprendedores van a tener accesos a tecnología de realidad virtual para poner en práctica lo que van aprendiendo en los cursos y luego implementarlo en sus negocios, de esta manera se hace interactivo los cursos, prácticos y novedosos, creando esa sensación de estar inmersos en escenarios reales.

Finalmente, para la implementación de esta plataforma se deberán considerar aspectos tanto éticos como legales ya que al implementar realidad virtual puede



llegar a ser manipulada para crear en los usuarios un total control de sus decisiones, llegando a alterar sus ideas. Toda empresa que utilice esta tecnología deberá garantizar un tratamiento confidencial de cualquier tipo de información que pueda usarse para identificar a los sujetos, en los que pueda implicar la eliminación de información, por ejemplo, Google utiliza los datos recogidos por sus coches de Street View y Maps para recrear en realidad virtual algunas zonas de ciudades, interiores de edificios singulares y monumentos.

Esta tecnología que se implementará en el presente proyecto estará basada y regida por la Ley Orgánica de Datos Personales del Ecuador (<https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/07/lotaip/Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Protección%20de%20Datos%20Personales.pdf>). Según el Artículo 23.- Derecho a la educación digital.- Las personas tienen derecho al acceso y disponibilidad de conocimiento, aprendizaje, preparación, estudio, formación, capacitación, enseñanza e instrucción relacionado con el uso y manejo adecuado, sano, constructivo, seguro y responsable de las tecnologías de la información y comunicación, en estricto apego a la dignidad e integridad humana, los derechos fundamentales y libertades individuales con especial énfasis en la intimidad, la vida privada, autodeterminación informativa, identidad y reputación en línea, ciudadanía digital y el derecho a la protección a la protección de datos personales, así como promover sensibilizada en el derecho de protección de datos personales.

## Desarrollo Caso 2: Digitalización del proceso de Admisiones Pregrado de la Universidad Casa Grande



<https://www.casagrande.edu.ec/>

El caso número dos trata la digitalización de procesos en el área de Admisiones pregrado de la Universidad Casa Grande, lo que se buscará en este proyecto luego del debido levantamiento de la información, será hacer que todos los datos y procesos sean plasmados de forma digital para que luego pueda ser reflejado en un sistema informativo dejando atrás los documentos en papel o tareas analógicas. Se debe tener en cuenta que, en el ámbito de negocios, las tecnologías digitales pueden transformar un modelo de manera que pueda aumentar las oportunidades y generar ingresos a una empresa, todo proceso necesita que lleve cierto número de actualizaciones para que se vuelvan más eficientes teniendo como resultado satisfacción hacia sus clientes. En la realización de este proyecto hemos identificado algunos problemas al momento de implementar este diseño, y lo que se busca es fijar una guía para que sea aprobada, se identificaron algunos problemas como el envío de comprobante y datos para la factura a colecturía en cada pago, verificar la cédula del postulante contra el documento manualmente, ingresar al sistema SIUCG para completar la información, marcar las acciones que está cumpliendo el aspirante (cédula, foto, acta), desde el área de Promoción se contacta al interesado por whatsapp y llamada para completar la información, los cursos de inducción duran tres semanas, se enviará un correo a las facultades solicitando las materias de la carrera. Se busca que todos estos problemas identificados logren mejorarse y reducirse durante el proceso de admisiones con objetivos sumamente claros, la primera propuesta es lograr reducir el

tiempo de interacción a tres minutos back office para que los datos del alumno se encuentren en el sistema verificados, así mismo disminuir a tres días el proceso de pruebas de admisión que suele tardar una semana y los procesos de inducción reducirlos a una semana, optimizar el período de cierre de interesados de dos a una semana y disminuir la etapa de inducción de un mes a una semana.

Se considera importante aportar a este tipo de cambios y aprovechar los beneficios que nos brinda la tecnología, si se tiene en cuenta que este es un uso productivo para la universidad puesto que, podría agilizar los procesos de inscripción sin la necesidad de realizar variados pasos y enfocarnos más en el avance que tendría cada facultad. Durante este proceso se detectó una brecha estratégica, la cual nos permitió analizar detenidamente la situación actual y la situación deseada, para esto se necesitó un estudio estratégico del entorno interno como externo. Usualmente se necesita una investigación posterior para comprender las razones del por qué y finalmente tener un plan de respuesta. Posterior a aquello se dio paso a analizar el funcionamiento de la cadena de valor en donde se estudió y analizó el conjunto de actividades que la universidad realiza para que de esta forma saquemos procesos relevantes y se obtenga la mayor cantidad de ventajas y la estrategia genere más valor. En este caso se observó las actividades de soporte como lo son la infraestructura, RRHH, tecnología y compras más las actividades primarias incluyendo la logística interna, operaciones, logística externa, Marketing y ventas, servicios postventa.

Una de las herramientas principales que aportó para este proceso es el haber tenido conocimientos en cuanto a lo que respecta a la capacidad, productividad, cuello de botella y trópic de un negocio, tener presente los tipos de sistemas de manufactura que se deben considerar para el correcto funcionamiento de las empresas y que permita a todo negocio mejorar el nivel de servicio. Nuestra propuesta de mejora al identificar que existía un cuello de botella en el área de Admisiones con una capacidad de hora total por estación de trabajo de cinco horas y con un total de dos colaboradores, habiendo en el área de Promoción cinco personas en atención, se sugiere que uno de los colaboradores del área de Promoción apoye en los procesos

de Admisiones logrando una capacidad total al día de 90 horas entre los tres empleados.

Aparte de haber llevado a cabo este estudio es necesario considerar proteger toda la información de los datos sensibles que se obtiene de los estudiante con las medidas de ciberseguridad puesto que han habido casos en donde compañías han sido atacadas por un ransomware que les inhabilitó de trabajar correctamente durante semanas, las medidas que tuvieron que haber aplicado era tener presente los programas de antivirus y malware que normalmente se activan al encender la computadora, cambiar periódicamente las claves, actualizar la web y los portales cada tres meses, eliminar los puertos USB a través de los cuales puedan ingresar contenido que puede perjudicar, todos estos procesos deben de tener una regulación constante puesto que puede arriesgarse a perder clientes, interrumpir los negocios, desfavorecer la reputación, sanciones económicas, etc.

### Desarrollo Caso 3: W&J Store



<https://wyjstore.com/>

En el tercer proyecto se busca lograr incrementar el reconocimiento de la tienda online W&J Store, una importadora directa funcionando desde el año 2015 y que cuenta con diferentes líneas de productos como deportiva, médica, agrícola, tecnológica, para lo cual se intenta crear contenido innovador que pueda satisfacer las necesidades del buyer persona. Para poder obtener estos resultados se ha recomendado aplicar el modelo AIDA buscando lograr la atención a través de la pauta en redes sociales, el interés considerando que los productos tienen detallado todas las especificaciones, así mismo buscar el deseo del cliente por medio del beneficio de contar con una bicicleta estática y la acción por medio del botón de chat para whatsapp y botón de pago. Hay que realizar múltiples estudios e identificar la mejor solución hacia los consumidores, sugerimos se pueda recrear programación en el desarrollo del producto e ir fijando los precios, elegir canales de distribución y logística de tal forma que se pueda incluir comunicación integral ya sea en publicidades, comunicación mediante imágenes o relaciones públicas. W&J Store mantiene su página web, redes sociales en Instagram y Facebook, lo que hace esta importadora es mantener diferentes líneas de productos, siendo su producto destacado la bicicleta estática. Para un mejor análisis se ha hecho un marketing mix en el ecosistema digital en donde se ha planteado un modelo de negocios, B2C, B2B y B2B2C. B2C cuando W&J Store se encarga de vender al consumidor final, B2B cuando se vende a empresas y el tercero B2B2C cuando se vende a empresas que a su vez está dirigida hacia los

consumidores finales. El sistema de gestión de contenido CMS sigue en construcción, pero el fin de ellos es que esta página podría incluir testimonios, reviews incrustados de Youtube, fotos antiguas y actuales de los usuarios o datos interesantes que las personas puedan hacer con la bicicleta, en cuanto a la variable distribución cuentan con el servicio de servientrega para entrega a otras ciudades, Picker para la entrega de productos pequeños, recoger en punto de entrega y medios de transporte interprovincial. Los medios de pago es un tema que también es relevante considerar, la importadora cuenta con tres opciones diferentes de pago para que los consumidores no tengan ningún tipo de inconveniente, puede ser por la página web, depósito o transferencia, incluso con tarjeta de crédito o débito. Finalmente, para cerrar este proyecto con éxito es muy necesario considerar todas las medidas necesarias de ciberseguridad ya que una de las preocupaciones comunes es que el negocio digital no esté protegido y existan posibles hackers y perjudiquen las fuentes de ingreso.

Uno de los mayores miedos de este tipo de proyectos es que al ser una empresa con pocos años de funcionamiento, cuenten con las debidas estrategias para poder tener reconocimiento, la problemática principal es que no cuentan con una escalabilidad de reconocimiento de marca en las redes sociales, por esta razón es muy necesario la contratación de un community manager para el manejo debido de sus redes sociales colaborando con pautas publicitarias y contenido relevante. Aparte, se debe manejar de una manera correcta e implementar las estrategias de marketing como incluir actividades que sean básicas, de largo como de corto plazo o también actividades que tengan que ver con el análisis de la situación estratégica inicial de una compañía. Una de las mayores dificultades es el de contar con líderes para este tipo de proyecto, el producto principal son las bicicletas estáticas y lo que se busca es poderlas promocionar a nivel de las redes sociales que hoy en día están teniendo un mayor alcance, teniendo en cuenta que el precio la haría competitiva hacia los otros importadores.

En cuanto a la estrategia de social media W&J Store cuenta con un 66% de posicionamiento en Instagram, que es la red de uso frecuente y puede llegar a ser un canal de compras del buyer persona y un 34% en Facebook ya que el buyer persona no frecuenta mucho esta red, sin embargo, cuando quiere hacer una compra en específico usa HT, y podemos hacer uso de esa herramienta. En Facebook existe un mayor número de seguidores y el buyer persona compra ocasionalmente, en Instagram, el buyer persona tiene alta frecuencia en su uso, ya que es una red potencial para compras y Tik Tok que es una red en auge y es cuestión de tiempo para que el buyer persona lo use frecuentemente, recién se creó una cuenta para pautar y llegar a más clientes en un futuro.

## Conclusión

En los tres casos revisados predomina la tecnología para crear nuevo valor sobre los modelos de negocios, experiencias de clientes y capacidades internas que soportan el núcleo de las operaciones. Hoy en día, ha habido un crecimiento de la economía digital, la gente se ha visto más familiarizada con los productos y servicios digitales, lo que ha impulsado a las demás empresas a buscar nuevas ideas hacia el entorno digital.

En cuanto a Pioneros, la plataforma de capacitación para emprendedores el mayor aprendizaje en cuanto a lo profesional y laboral es que es una herramienta que facilitará el ahorro de tiempo, el implementar herramientas tecnológicas también permitirán una mayor satisfacción de nuestros clientes, sobre todo que el costo beneficio ayudará a lograr un incremento de los negocios. Mi recomendación a los emprendedores que buscan esta transformación digital, vean que a través de la tecnología se pueden desarrollar nuevos conceptos para que puedan dar ese impulso a su negocio y sobre todo que, si su empresa se inició de manera empírica, una gran alternativa es asesorarse con este tipo de aplicaciones como lo es Pioneros que es una excelente propuesta de acompañamiento continuo en cuanto a capacitaciones para que de esta manera el proceso a la transformación digital de sus negocios pueda aportar al incremento de la satisfacción de sus clientes y sobre todo permitir una experiencia de usuario de alta calidad.

En la digitalización del proceso de admisiones regular de la Universidad Casa Grande el mayor aprendizaje que puede aplicarse a otros contextos profesionales es que la digitalización en las empresas es la clave para la competitividad, siendo una manera esencial para incrementar la habilidad empresarial y mejorar los procesos. En la Universidad se identificaron algunas problemáticas que hacen muy extensos sus procesos por lo que se recomienda que en toda institución de educación superior para poder digitalizar procesos que ayuden a mejorar sus servicios, es necesario



considerar también contar con el presupuesto suficiente para aplicar todas las mejoras digitales, porque sin la aprobación de la parte financiera no se podría dar cumplimiento con los objetivos esperados y cabe mencionar que el mejorar el enfoque estratégico de una empresa implica hacer una gran inversión.

En el caso del ecommerce W&J Store se detectó que a pesar de contar con algunos años en el mercado digital su posicionamiento no es el esperado, el manejo de redes sociales y el customer journey no ha tenido la presencia esperada, los aprendizajes que aportan a otros contextos profesionales hacen considerar que, para que un negocio digital cumpla con las expectativas del buyer persona esperado, es necesario trabajar en el posicionamiento web asumiendo los retos del marketing y mejorando la experiencia del usuario. La recomendación a los negocios o emprendedores es el de definir correctamente el buyer persona, establecer el valor diferencial de la propuesta, orientarse en los beneficios para los clientes, definir un presupuesto para campañas, contar con un calendario de contenidos que conecte con el usuario, invertir en Inbound marketing, analizar métricas.

## Bibliografía:

1. Características del emprendedor: las 10 claves principales de su éxito [Internet]. Noticias - Fundación General ULL. 2018 [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://fg.ull.es/noticias/2018/03/06/10-caracteristicas-del-emprendedor/>
2. Vista de Los factores que afectan a los emprendimientos en el Ecuador [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1563/1797>
3. Gob.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/Ley-Organica-de-Datos-Personales.pdf>
4. Gob.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/Ley-Organica-de-Datos-Personales.pdf>
5. La aplicación de la Ley de Protección de Datos fue analizada en un webinar organizado por la CIP [Internet]. Org.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://www.cip.org.ec/2021/06/10/la-aplicacion-de-la-ley-de-proteccion-de-datos-fue-analizada-en-un-webinar-organizado-por-la-cip/>
6. Johnson RF. Sí, pero: Guillermo Celi: “Ecuador es el país que más emprende en la región, pero lamentablemente es el país que más fracasa. 8 de cada 10 emprendimientos fracasan en el umbral de los 3 años» [Internet]. El Universo. 2020 [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/11/17/nota/8052391/si-guillermo-celi-ecuador-es-pais-que-mas-emprende-region/>
7. Primicias - Noticias de Ecuador - Periodismo comprometido [Internet]. Primicias. 2022 [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/negocios/ecuador-pais-emprendedores-negocios-corta-vida//GEM Ecuador 201>

8. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: [https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM\\_Ecuador\\_2019.pdf9.pdf](https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf9.pdf)
9. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/resource/view.php?id=103024>
10. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/resource/view.php?id=103137>
11. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/resource/view.php?id=103138>
12. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/resource/view.php?id=103212>
13. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/resource/view.php?id=103430>
14. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/resource/view.php?id=103431>
15. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/url/view.php?id=103634>
16. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/resource/view.php?id=103682>

17. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/url/view.php?id=103734>
18. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/resource/view.php?id=103935>
19. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/resource/view.php?id=104362>
20. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/resource/view.php?id=104362>
21. Cursos y lecciones [Internet]. Hubspot.com. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://academy.hubspot.com/es/courses/inbound-2018-content>
22. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/url/view.php?id=104349>
23. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/url/view.php?id=104350>
24. Spotify.com. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: [https://open.spotify.com/episode/7IlnHjaGsX6veYgsy9bXH6?si=7m3vsLbCTgeQyPFW17a9pA&dl\\_branch=1](https://open.spotify.com/episode/7IlnHjaGsX6veYgsy9bXH6?si=7m3vsLbCTgeQyPFW17a9pA&dl_branch=1)
25. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/resource/view.php?id=105363>

26. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/resource/view.php?id=105422>
27. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/resource/view.php?id=105458>
28. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/url/view.php?id=105476>
29. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/url/view.php?id=105477>
30. Universidad Casa Grande: Entrar al sitio [Internet]. Edu.ec. [citado el 9 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://posgrado.casagrande.edu.ec/moodle/mod/url/view.php?id=105478>
31. [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/epf\\_npd02\\_Ecuador\\_es.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/epf_npd02_Ecuador_es.pdf)
32. <https://www.cfpdudgvirtual.org/evolucion-de-los-medios-toma-rumbo-hacia-la-narrativa-transmedia/>

**ANEXOS**

# CASO 1



**¿Sabías qué la mitad de  
emprendimientos en  
Ecuador NO logra superar  
la barrera de los 3 años?**

**Integrantes:**

Alba Valarezo Sanchez  
Jenniffer Campoverde





En Ecuador 8 de cada 10 emprendimientos fracasan, las razones son: la falta de financiamiento y mercado, inseguridad jurídica y desconocimiento al iniciar un negocio.

El fracaso de los emprendimientos iniciales se debe a que los proyectos nacen de la necesidad y no de la demanda actual del mercado.



**Ecuador ostenta la tasa de emprendimientos más alta de la región andina con el 29,6%**

# PROPUESTA

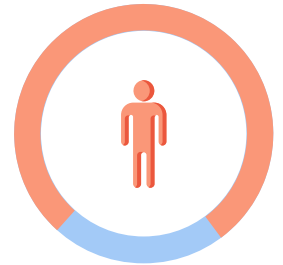
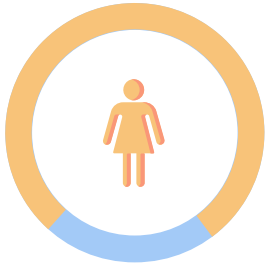




# Pioneros

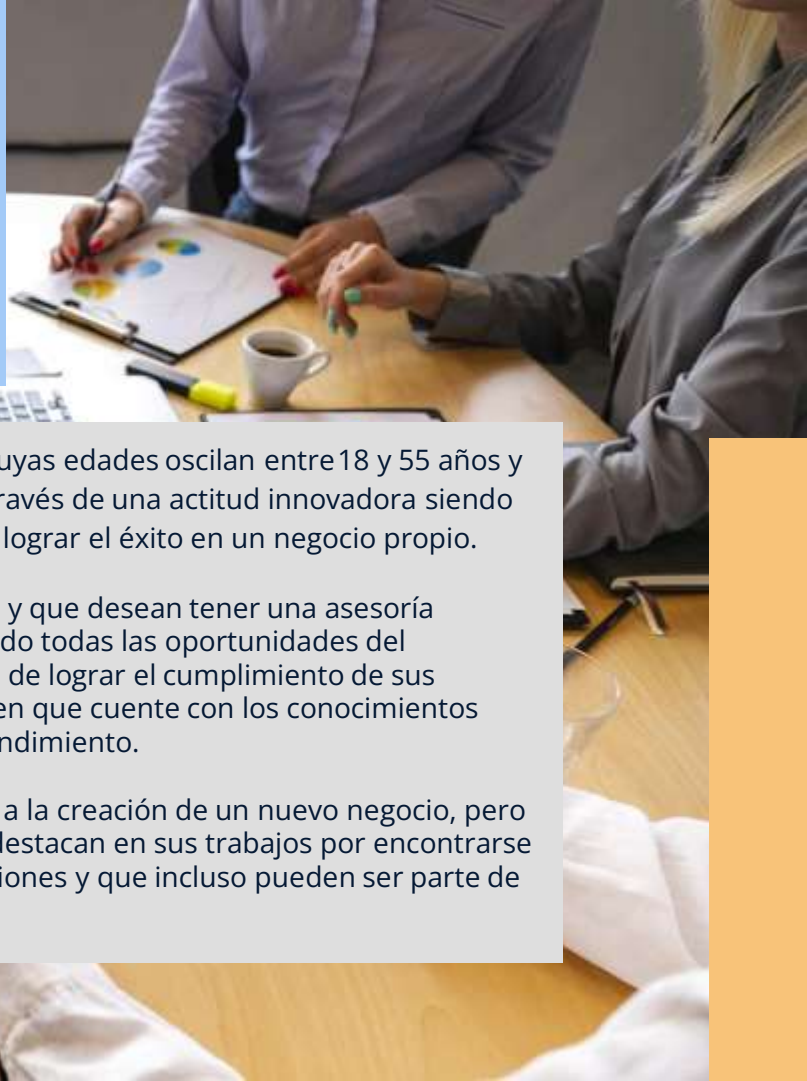
**Plataforma de capacitación para emprendedores**

# SEGMENTO DE MERCADO





# SEGMENTO DE MERCADO



Hombres y mujeres emprendedores nacidos en Ecuador cuyas edades oscilan entre 18 y 55 años y que cuentan con el entusiasmo de iniciar una empresa a través de una actitud innovadora siendo conscientes de los beneficios o recompensas que conlleva lograr el éxito en un negocio propio.

Personas que tienen iniciativa y capacidad de planificación y que desean tener una asesoría adecuada para poder ejecutar su plan de negocios utilizando todas las oportunidades del mercado, con un alto nivel de compromiso y una meta fija de lograr el cumplimiento de sus objetivos y que van a requerir el apoyo constante de alguien que cuente con los conocimientos necesarios para que sirva de guía en el inicio de un emprendimiento.

Es común pensar que el emprendedor está vinculado sólo a la creación de un nuevo negocio, pero en realidad los emprendedores son profesionales que se destacan en sus trabajos por encontrarse siempre en busca de las mejores oportunidades e innovaciones y que incluso pueden ser parte de alguna empresa consolidada en el mercado.

# PERFIL DEL CLIENTE

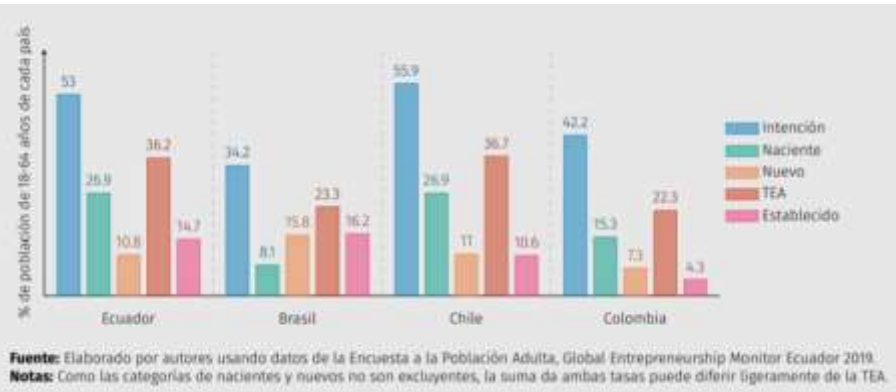




# PERFIL DEL CLIENTE

Personas que buscan iniciar su negocio o ya lo tienen en el mercado de manera empírica, y tienen la necesidad de mejorar habilidades o capacitarse.

Ecuador es uno de los países con mayor tasa de emprendimiento de la región latinoamericana: alrededor del 30% de la población posee un negocio nuevo o reciente. Este espíritu emprendedor tiene dos motivaciones principales: la oportunidad y la necesidad. Emprender dinamiza la economía y genera fuentes de empleo.







# TRABAJO

## Personales/emocionales

- \*Independencia laboral
- \*Tranquilidad financiera
- \*Mejorar salud mental
- \*Sentirse seguro
- \*Establecer condiciones de cooperación con otros negocios
- \*Manejo de mi propio tiempo

## Funcionales

- \*Lograr certificaciones
- \*Control adecuado de las finanzas
- \*Adecuada operación general del negocio
- \*Alcanzar un alto nivel de crecimiento
- \*Reducir riesgo a no mantenerse en el mercado

## Sociales

- \*Ser tendencia en el mercado
- \*Situación económica
- \*Liderazgo frente a colegas o emprendimientos similares





# FRUSTRACIONES

## Funcionales

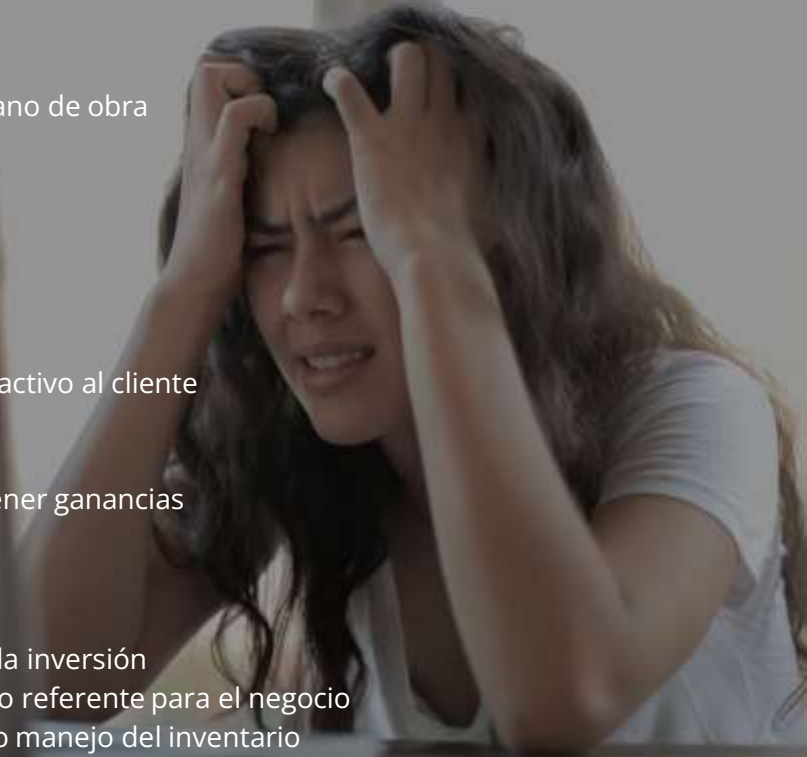
- \*Falta de dinero para inversión
- \*Falta de tiempo
- \*Costos elevados de productos y mano de obra
- \*Alto nivel de inseguridad
- \*No lograr las ventas esperadas

## Sociales

- \*Que lo que se ofrece no resulte atractivo al cliente
- \*Incertidumbre
- \*No contar con el apoyo de nadie
- \*Hacer una gran inversión y no obtener ganancias

## Secundarias

- \*Mal manejo de redes sociales y de la inversión
- \*No considerar la competencia como referente para el negocio
- \*No tener conocimiento del correcto manejo del inventario
- \*No tener conocimiento en análisis y estrategias de mercado



## Esperadas

- \*Ser capacitado en diferentes temas sin tener que invertir tanto
- \*Tener un alto nivel de ventas
- \*Ser líder en el mercado

## Deseadas

- \*Contar con los recursos necesarios para poder invertir constantemente en mi servicio o producto, llegando a competir con emprendedores que tengan mayor tiempo en el mercado

## Inesperadas

- \*Que mi producto o servicio pueda internacionalizarse

## Necesarias

- \*Cubrir todas las necesidades de mis clientes
- \*Lograr aumentar mis ventas y crecer en la cuota de mercado

# ALEGRÍAS



# ANÁLISIS DE MERCADO



# FODA

## Fortaleza

- Fácil acceso y uso de la plataforma
- Diferentes cursos para fortalecer habilidades personales y mejorar los objetivos de los emprendimientos
- Cursos con realidad virtual para practicar
- Es una plataforma que tiene acceso a ciertos módulos gratuitos

## Oportunidades

- Aceptación en el mercado
- Alianzas estratégicas con entidades privadas como parte de Responsabilidad social Empresarial

## Debilidades

- Ser nuevos en el mercado.
- Fuerte competencia local (Epico)
- Fuerte Inversión para su desarrollo ya tendría que realidad virtual.

## Amenaza

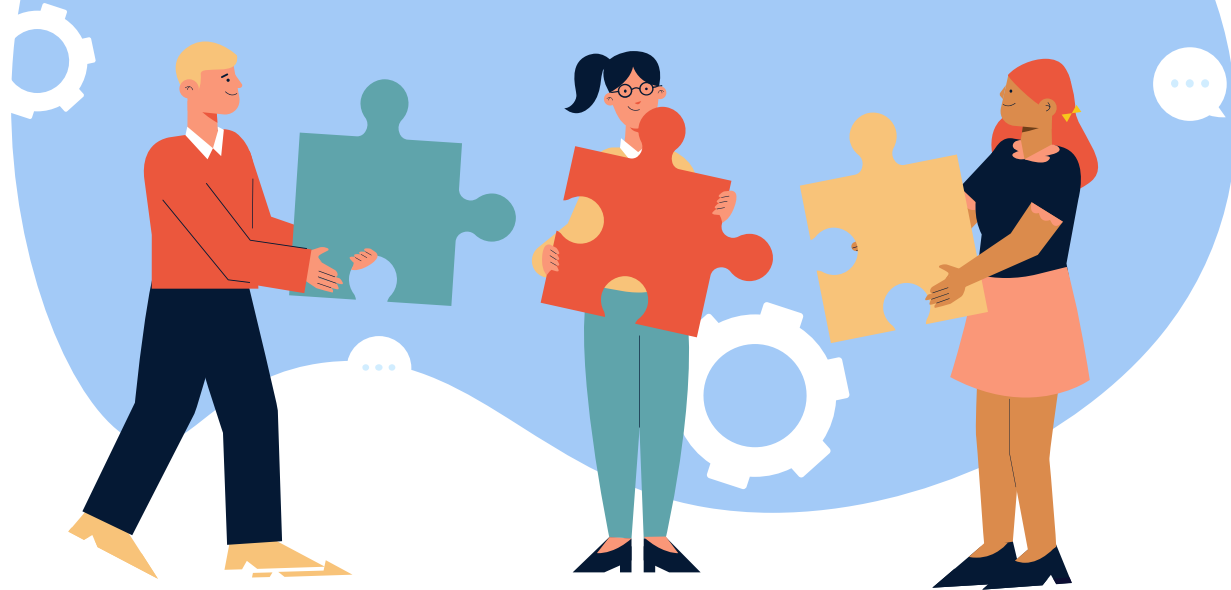
- Inestabilidad política y gubernamentales



# PORTER

-Poder de Negociación de los clientes	Medio: Al no tener más opciones en el mercado, los clientes pagan por el servicio y mantendrá precios establecidos.
-Amenaza de nuevos competidores	Medio: Al ser algo nuevo en el mercado es difícil el ingreso de nuevos competidores de manera inmediata por la realidad virtual, sin embargo, siempre hay que estar pendiente del mercado y sus cambios para ir actualizando la plataforma
-Amenaza de grupos sustitutos	Alto: Actualmente hay diferentes plataformas, cursos y opciones a los que pueden acceder las personas.
-Poder de los proveedores	Media: Desarrollar una plataforma no tiene mayor complejidad, sin embargo, el enfoque que le va a tener en realidad virtual se debe mantener un buen equipo de diseñadores.
- Rivalidad de la Industria	Medio: Actualmente en el mercado hay muchos cursos y talleres para prepararse, sin embargo el componente de realidad virtual y capacitarlos no solo para el negocio si no también trabajar con sus habilidades hace la diferencia.

# PROPUESTA DE VALOR





Pioneros una plataforma enfocada en capacitar emprendedores a través de realidad virtual, para mejorar sus habilidades y capacidades.





# ALIVIADORES DE FRUSTRACIONES

- La plataforma permitirá a los emprendedores sentirse acompañados, pues van a tener opción asesoría directa al suscribirse.
- Una red de Networking que les permita tener contacto con otros emprendimientos y poder convertirse en aliados o proveedores.
- Tener capacitación en análisis de mercado, inversiones y manejo contable.



# CREADORES DE ALEGRÍAS

- Curso interactivos que les permitirá practicar para mejorar sus habilidades
- Contacto con entidad bancaria para acceder a créditos para inversión en el emprendimiento.
- Tener un departamento de innovación y transformación para que los emprendedores puedan dar el siguiente paso con su negocios.



# Evaluación de la propuesta

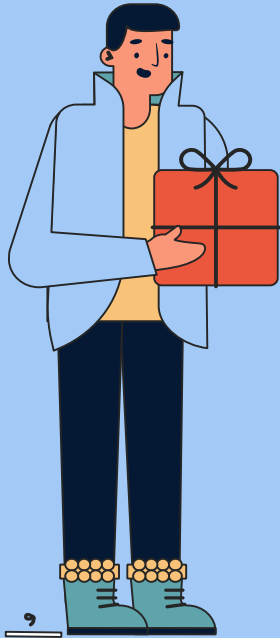


## ENCAJE Solución- Problema

Muchos emprendimientos empiezan de manera empírica sin conocimiento o bases en diferentes áreas, por lo cual es necesario capacitarse y bajar la tasa de emprendimientos que no pasan la barrera de los 3 años.

Capacitar en diferentes áreas y que pongan en práctica los cursos a través de realidad virtual que les permitirá tener un puntaje final para la certificación.

# Evaluación de la propuesta



## ENCAJE Producto - Mercado

En el mercado existen algunas plataformas que brindan cursos on-line para capacitarse, sin embargo, Pioneros también tendrá cursos para mejorar habilidades del emprendedor como por ejemplo hablar en público, considerando que tiene la oportunidad de realizar simulaciones a través de realidad virtual que le permite tener un mejor escenario e ir progresando, esto no se encuentra en el mercado actualmente.

# Evaluación de la propuesta



## ENCAJE Modelo de Negocio

Esta propuesta requiere una inversión por los dispositivos que se van a usar para la realidad virtual, sin embargo va a ser una tendencia en el mercado, pues no hay ningún instituto que brinde tal tecnología en sus cursos.

# PROTOTIPO



# Funcionamiento

Pionero ha sido creada para brindar un acompañamiento constante a todos aquellos emprendedores que en muchas ocasiones inician sus negocios de manera empírica y una vez puesto en funcionamiento se ven en la necesidad de capacitarse con la finalidad de poder cumplir con los objetivos y metas propuestas.

Su funcionamiento consiste en cursos de capacitación diferentes cursos desde el inicio de un negocio, tales como manejar la logística, proveedores, control adecuado de las finanzas, correcta distribución de productos, hablar en público, servicio al cliente, servicio post venta, manejo de redes sociales.

Los emprendedores van a tener accesos a tecnología de realidad virtual para poner en práctica lo que van aprendiendo en los cursos y luego implementarlo en sus negocios, de esta manera se hace interactivo los cursos, prácticos y novedosos, creando esa sensación de estar inmersos en escenarios reales.



# Características



**Tangibles** – Funciona desde un computador, celular o tablet

**Digitales** – Plataforma web y dispositivos para realidad virtual

**Intangibles** – Tecnología y educación en cursos interactivos

**Financiero** – Se suscriben para obtener la certificación









# VALIDACIÓN CLIENTES POTENCIALES

Para validar la propuesta que se va a ingresar al mercado, se realizó un FOCUS GROUP con emprendedores de diferentes edades que nos permitió tener diferentes criterios:

### **Introducción:**

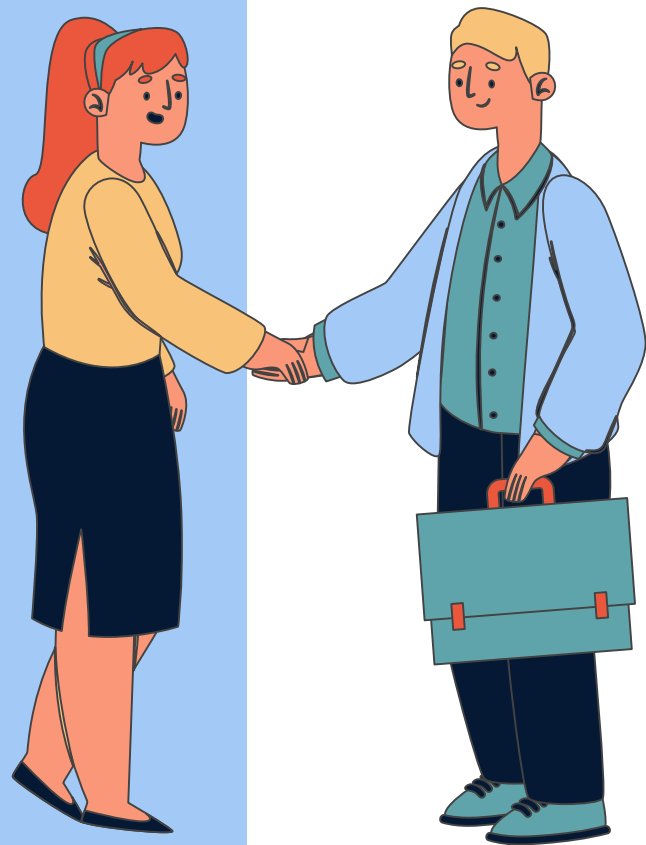
- Ninguno de ellos ha tomado un curso para iniciar su negocio, todo lo han hecho de manera empírica, los más jóvenes han buscado en internet para guiarse y crear nuevas opciones en sus negocios, además que sus negocios están en redes sociales (conocen más de su manejo)
- Indicaron que les gustaría tomar cursos, pero por tiempo y costos se les hace muy difícil invertir más y movilizarse.

### **Respuestas:**






- Les pareció una propuesta interesante luego de ver el video, porque no solo tomarían el taller sino practicarían y eso les ayudaría a mejorar sus habilidades.
- Los más jóvenes ya han experimentado realidad virtual con juegos y les parece interesante tomar cursos de esta manera.
- Indicaron que les gustaría primero probar la propuesta.
- Les gustó mucho el que puedan capacitarse en cómo hablar en público, indican que no hay muchos cursos referentes a eso



# MODELO DE NEGOCIO



# Canvas-Freemium

<b>ASOCIACIONES CLAVE</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>-Empresas privadas</li><li>-Empresas públicas: La Prefectura del Guayas Junta Nacional de Defensa del Artesano</li><li>-Instituciones Educativas con Departamentos de Unidad de Emprendimientos</li></ul>	<b>ACTIVIDADES CLAVE</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>- Actualizaciones constantes de los cursos y la plataforma</li><li>- Actualización de los escenarios de realidad virtual para las prácticas.</li></ul>	<b>PROPUESTA DE VALOR</b>  <p>Los primeros módulos de los cursos gratuitos, con opción a una sesión en realidad virtual.</p> <p>Espacio premium para certificaciones, con las prácticas en realidad virtual para mejorar habilidades.</p>	<b>RELACIONES CON CLIENTES</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>- Captación de interesados</li><li>- Encuestas de satisfacción</li></ul>	<b>SEGMENTO DE MERCADO</b>  <p>Visitantes ocasionales en la página, que buscan información y capacitarse</p> <p>Emprendedores de 18 a 55 años que buscan mejorar sus habilidades crecer en su negocio y capacitarse</p>
<b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Diseño de Plataforma</li><li>- Desarrollo del contenido de los cursos</li><li>- Dispositivos de Realidad virtual</li></ul> 	<b>FUENTES DE INGRESO</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>- Cuenta en la plataforma, sin costo, con acceso limitado.</li><li>- Cuenta en la plataforma por curso completo incluido certificado</li></ul>			

# ASPECTOS ÉTICOS Y LEGALES



Si hablamos de los aspectos éticos y legales en cuanto a la tecnología de realidad virtual, hacemos referencia a los términos y condiciones :

Por el lado de los aspectos éticos en el caso de la realidad virtual podemos mencionar que engloba al cómo puede repercutir en los principios del ser humano. Actualmente según varios estudios demuestran lo volátil que puede ser el ser humano en base a su entorno, llegando a hacerlos más agresivos.

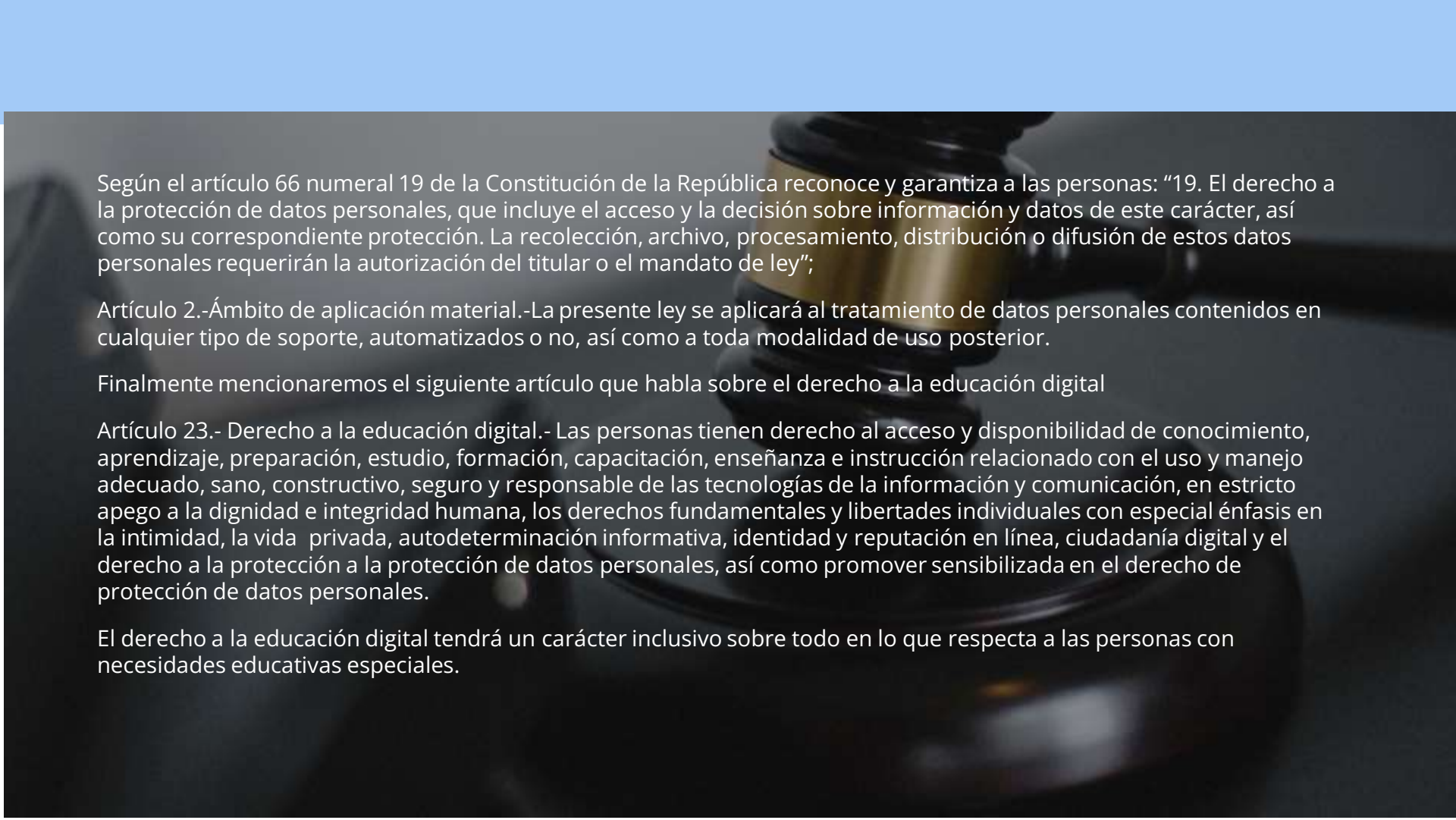
Si nos centramos más en los términos y condiciones podemos hacer énfasis sobre la privacidad del usuario ya que por lo general en esta tecnología se solicita más acceso que otras, como por ejemplo: la ubicación, número telefónico y en algunos casos datos como tarjetas de crédito llegando a comprometer la seguridad virtual del usuario. Otros ejemplos también hacen referencia a la seguridad, aislamiento de la realidad, delitos, lesiones, etc.

Por el lado de la legalidad, esta tecnología podemos mencionar que la RV puede llegar a ser manipulada para crear en los usuarios un total control de sus decisiones, llegando a alterar sus ideas so

La mala praxis por parte de las compañías que utilizan estos diseños puede conllevar la responsabilidad de delitos contra la integridad moral de los trabajadores, contra el libre ejercicio de los derechos fundamentales y así mismo las libertades públicas; la violación a la autonomía e identidad de las personas pues aparentemente puede manipular a los individuos influyendo en sus decisiones, opiniones y en la percepción de la realidad. cuales, políticas y religiosas.

Toda empresa que utilice esta tecnología deberá garantizar un tratamiento confidencial de cualquier tipo de información que pueda usarse para identificar a los sujetos, en los que pueda implicar la eliminación de información, por ejemplo Google utiliza los datos recogidos por sus coches de Street View y Maps para recrear en realidad virtual algunas zonas de ciudades, interiores de edificios singulares y monumentos.

Esta tecnología que se implementará en el presente proyecto estará basada y regida por la Ley Orgánica de Datos Personales del Ecuador.



Según el artículo 66 numeral 19 de la Constitución de la República reconoce y garantiza a las personas: “19. El derecho a la protección de datos personales, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos personales requerirán la autorización del titular o el mandato de ley”;

Artículo 2.-Ámbito de aplicación material.-La presente ley se aplicará al tratamiento de datos personales contenidos en cualquier tipo de soporte, automatizados o no, así como a toda modalidad de uso posterior.

Finalmente mencionaremos el siguiente artículo que habla sobre el derecho a la educación digital

Artículo 23.- Derecho a la educación digital.- Las personas tienen derecho al acceso y disponibilidad de conocimiento, aprendizaje, preparación, estudio, formación, capacitación, enseñanza e instrucción relacionado con el uso y manejo adecuado, sano, constructivo, seguro y responsable de las tecnologías de la información y comunicación, en estricto apego a la dignidad e integridad humana, los derechos fundamentales y libertades individuales con especial énfasis en la intimidad, la vida privada, autodeterminación informativa, identidad y reputación en línea, ciudadanía digital y el derecho a la protección a la protección de datos personales, así como promover sensibilizada en el derecho de protección de datos personales.

El derecho a la educación digital tendrá un carácter inclusivo sobre todo en lo que respecta a las personas con necesidades educativas especiales.



# Bibliografía

<https://fg.ull.es/noticias/2018/03/06/10-caracteristicas-del-emprendedor/>

<https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1563/1797>

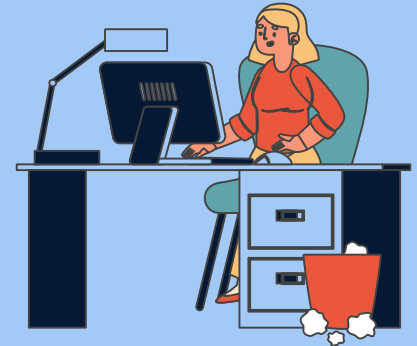
<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/Ley-Organica-de-Datos-Personales.pdf>

<https://www.cip.org.ec/2021/06/10/la-aplicacion-de-la-ley-de-proteccion-de-datos-fue-analizada-en-un-webinar-organizado-por-la-cip/>

<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/11/17/nota/8052391/si-guillermo-celi-ecuador-es-pais-que-mas-emprende-region/#:~:text=Las%20razones%20para%20que%20un,la%20demanda%20actual%20del%20mercado>

[https://www.primicias.ec/noticias/economia/negocios/ecuador-pais-emprendedores-negocios-corta-vida//GEM\\_Ecuador\\_201](https://www.primicias.ec/noticias/economia/negocios/ecuador-pais-emprendedores-negocios-corta-vida//GEM_Ecuador_201)

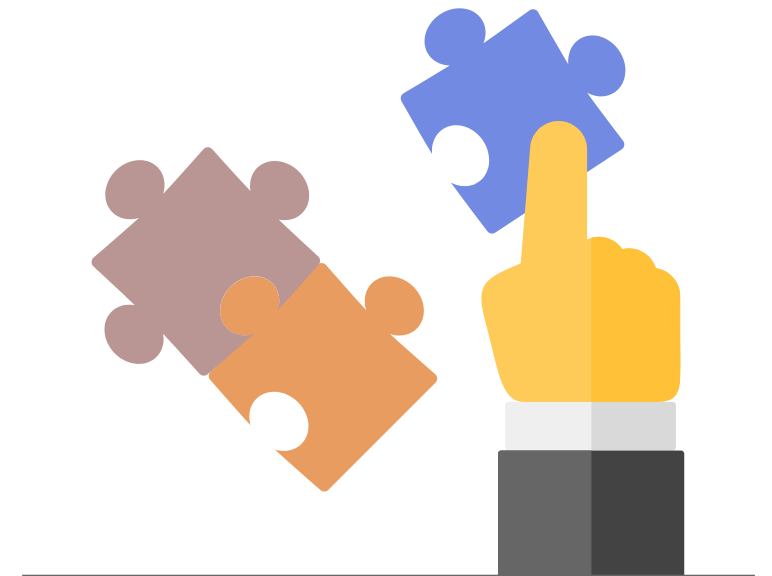
[https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM\\_Ecuador\\_2019.pdf9.pdf](https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf9.pdf)



# CASO 2

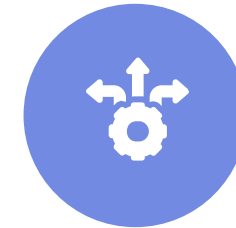
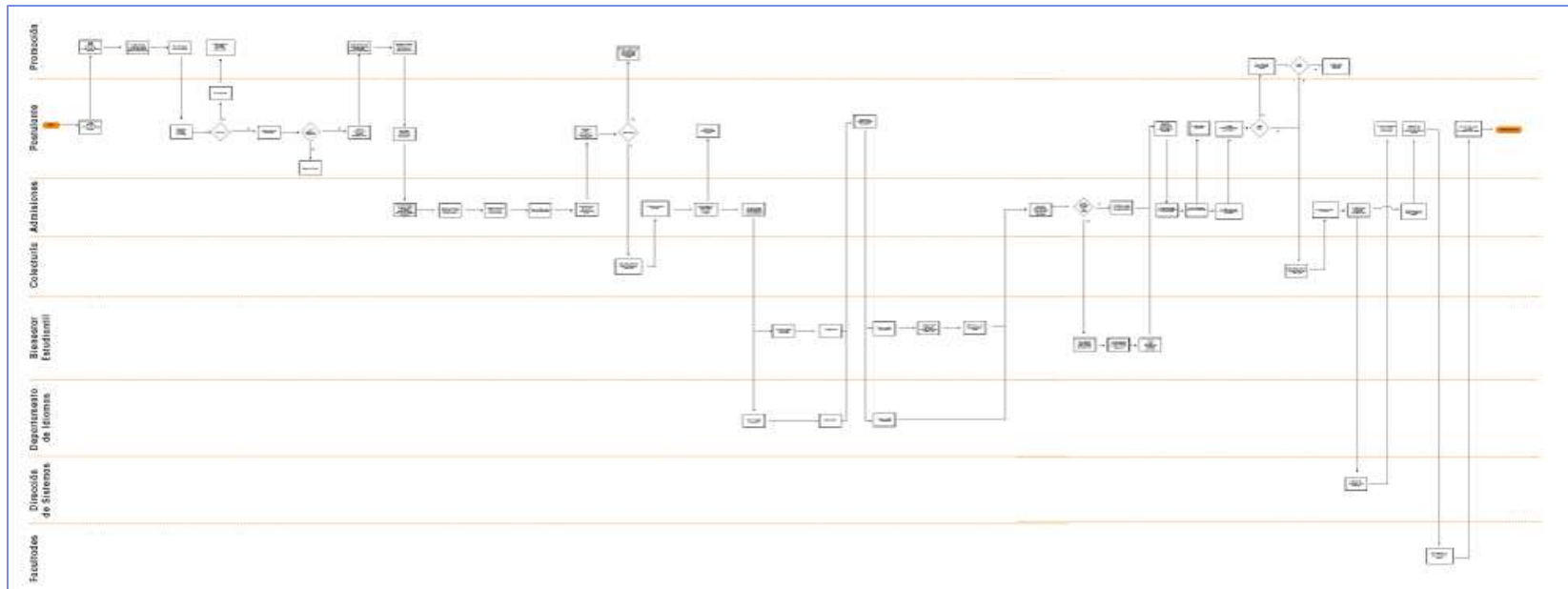
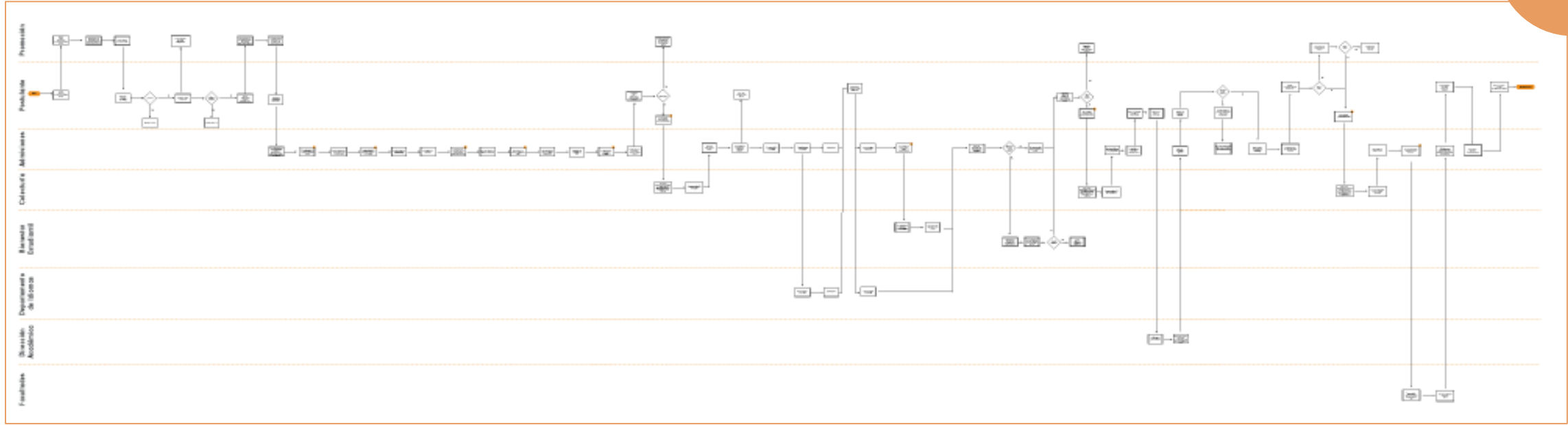
# DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS

PROCESO DE ADMISIONES  
PREGRADO UNIVERSIDAD CASA  
GRANDE

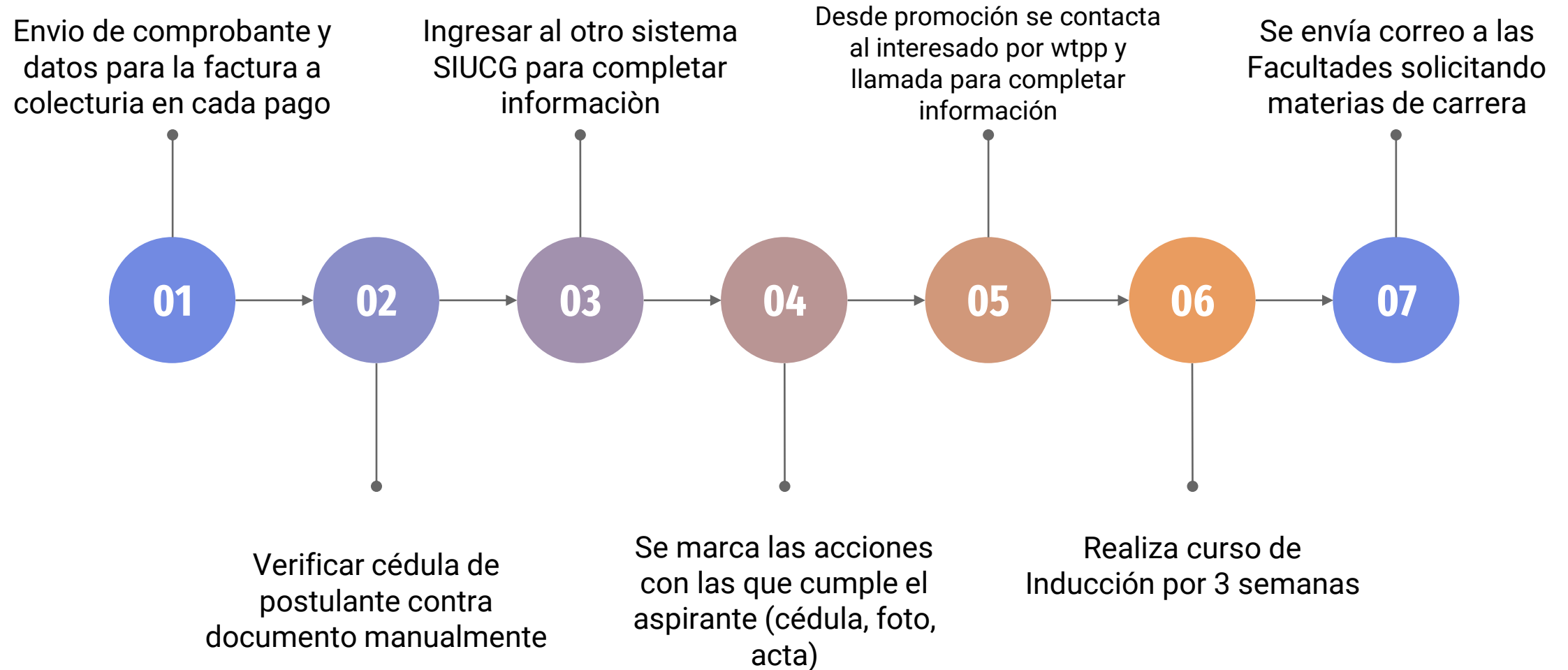


Alba Valarezo Sánchez  
Jenniffer Campoverde  
Ma. Angélica González Dyer

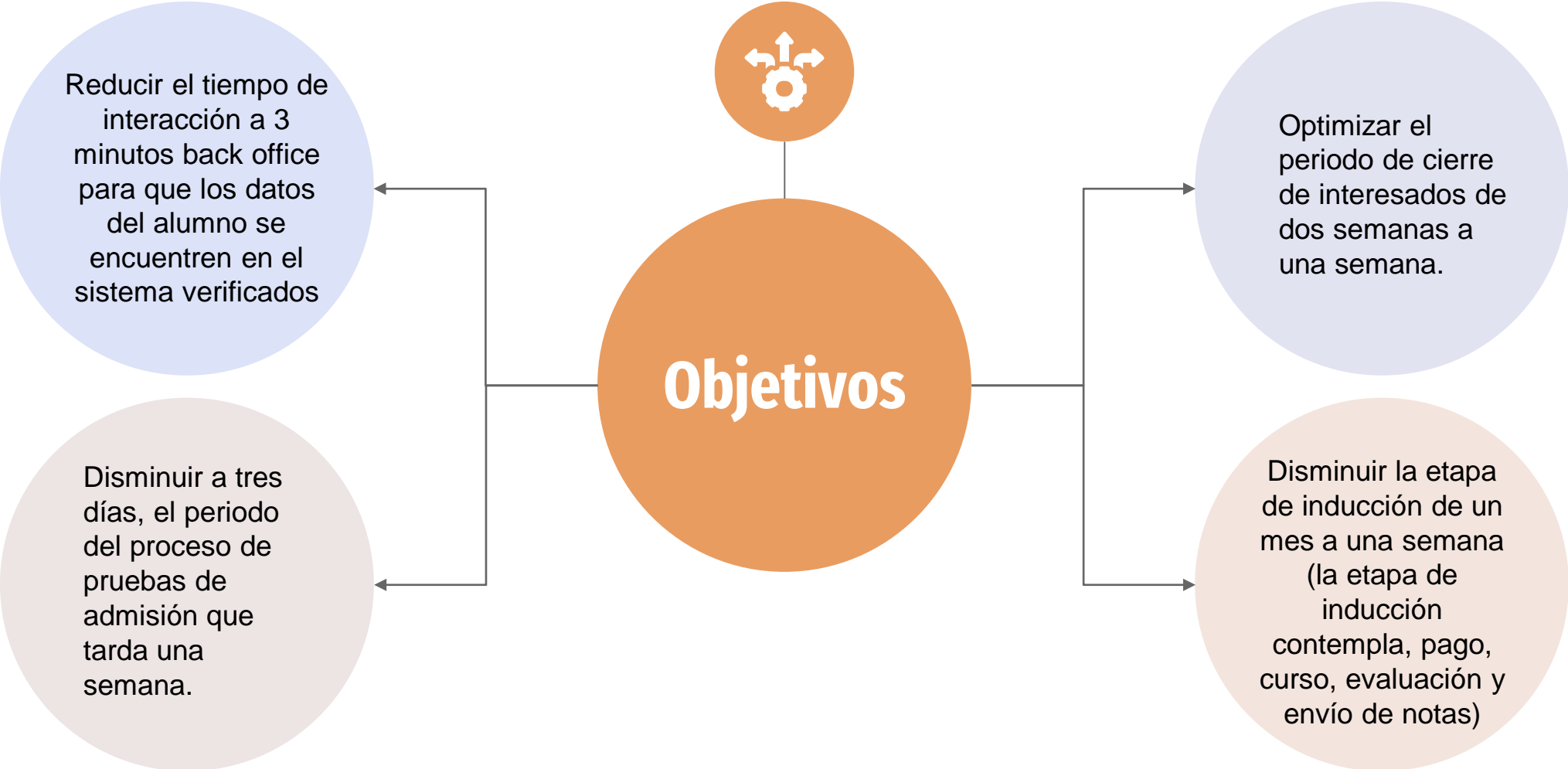
# LEVANTAMIENTO DE PROCESOS



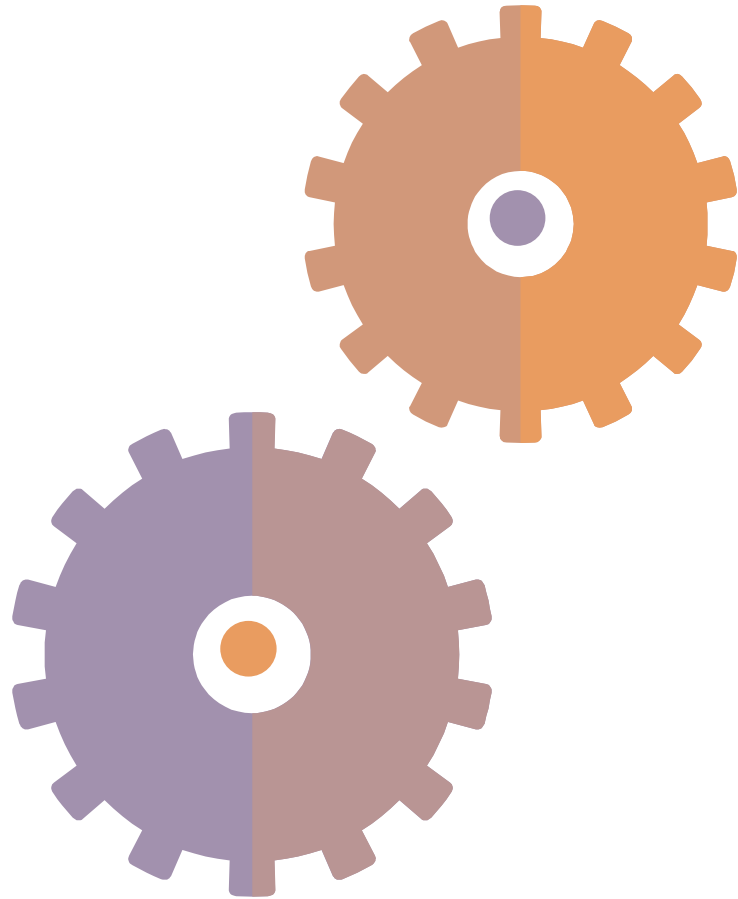
# PROBLEMAS IDENTIFICADOS



# ROMPIMIENTO DE REGLAS



# BRECHA ESTRATÉGICA



Actividad / Acciones de Mejora	Nuevo Diamante				Situación Actual	Cierre de Brecha	Proyectos						Responsable					Horizonte de Implantación										
	GE Y T	V Y C	SI	SAMEI			ADMINISTRACIÓN DEL CAMBIO AUTOMATIZACIÓN	SISTEMA DE MEDICIÓN IMPLEMENTACIÓN DE NUEVO MÉTODO DE TRABAJO	SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN	DESARROLLO PERFIL DE COMPETENCIAS	ADMINISTRACIÓN DEL CAMBIO AUTOMATIZACIÓN	SISTEMA DE MEDICIÓN IMPLEMENTACIÓN DE NUEVO MÉTODO DE TRABAJO	SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN	DESARROLLO PERFIL DE COMPETENCIAS	Inmediato	Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo										
El sistema cuenta con dígito verificador para asegurarse de que la cédula sea colocada correctamente; y se habilita accesos a áreas que lo requieran, para verificación directa de documentos	X		X		Admisiones verifica manualmente los documentos entregados por el postulante en el espacio de Acciones programadas (cédula, foto, acta)		X							DTI						X								
Capacitar al personal de Bienestar Estudiantil	X	X			Admisiones toma pruebas Badyg, y espera por análisis y resultados de B. Estudiantil generando una demora.	Bienestar Estudiantil se hace cargo de la labor de realizar y evaluar pruebas optimizando tiempo.	X			X			X	DP						DP			TTHH	X				
Aplicación de simulador de costos en la página web, como herramienta de venta para proveer al postulante rápidamente el costo real de acuerdo a la forma de pago que prefiere; y envío de videos institucionales/explicativos de la metodología UCG	X	X	X	X	El speech de venta-información toma mucho tiempo y no se vale de herramientas que acorten el proceso.	Uso de herramientas tecnológicas que permiten proveer de información y agilizar el cierre de la venta.	X	X	X	X	X			DP	DTI	CAyP	CAyP										X	
Se realiza programa de introducción que no tiene que ser aprobado. Puede ser un mini-puerto, casos o challenge	X	X		X	El proceso de inducción tarda un mes, debe ser aprobado para que el alumno ingrese.	Implementación de una actividad emblema, que represente la cultura de la universidad, que sea corta y a la vez ayude a la adaptación del nuevo alumno.	X			X				DP		CAyP	DGA										X	

DTI Dirección de Tecnología de Información

DP Dirección de Procesos

DA y P Dirección de Admisiones y Promoción

DGA Dirección General Académica



Actividad / Acciones de Mejora	Nuevo Diamante				Situación Actual	Cierre de Brecha	Proyectos										Responsable				Horizonte de Implantación			
	GE y T	V Y C	SI	SAMEI			ADMINISTRACIÓN DEL CAMBIO	AUTOMATIZACIÓN	SISTEMA DE MEDICIÓN	IMPLEMENTACIÓN DE NUEVO MÉTODO DE TRABAJO	SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN	DESARROLLO PERFIL DE COMPETENCIAS	ADMINISTRACIÓN DEL CAMBIO	AUTOMATIZACIÓN	SISTEMA DE MEDICIÓN	IMPLEMENTACIÓN DE NUEVO MÉTODO DE TRABAJO	SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN	DESARROLLO PERFIL DE COMPETENCIAS	Inmediato	Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo		
Configurar la lista de colegios del país en la solicitud de Admisiones en el Power Campus, para que el postulante pueda elegirla desde el inicio.	X		X		Ingreso de la unidad educativa en Power Campus es manual.		X			X					DTI			DTI		X				
Implementar botón de pago en la página web; y contratar el servicio de un módulo a través de una institución bancaria.	X		X		El postulante debe notificar cada pago a colectoría adjuntando comprobante.		X	X		X	X			DP	DTI		DF	DTI			X			
Integrar los dos sistemas para evitar doble trabajo.	X	X	X		No se traslada toda la información del postulante del Power Campus al SIUCG; la información colocada en uno debe ser replicada en el otro sistema.			X			X				DTI		DTI			X				
Asignar gestores de la facultad que sean responsables del seguimiento del proceso de registro de nuevos alumnos	X	X		X	Las facultades, que tienen el dominio de las materias, no realizan el registro de los nuevos alumnos, sino el Departamento de Admisiones, aumentando carga de trabajo y evitando optimizar tiempo.		X	X	X		X		DP		DP	DayP		TTHH	X					

DTI Dirección de Tecnología de Información

DP Dirección de Procesos

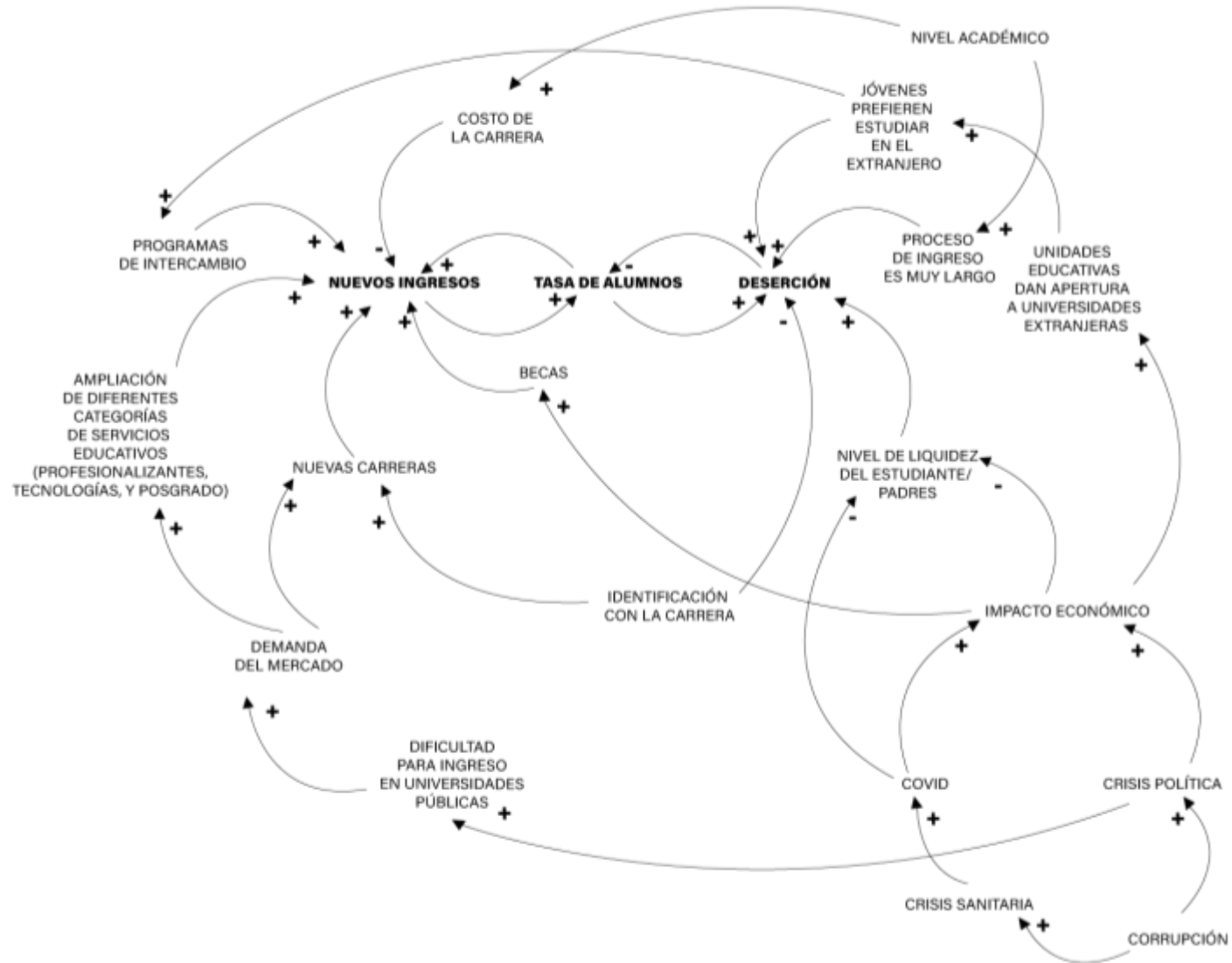
DA y P Dirección de Admisiones y Promoción

TTHH Talento Humano

# **CADENA DE VALOR**

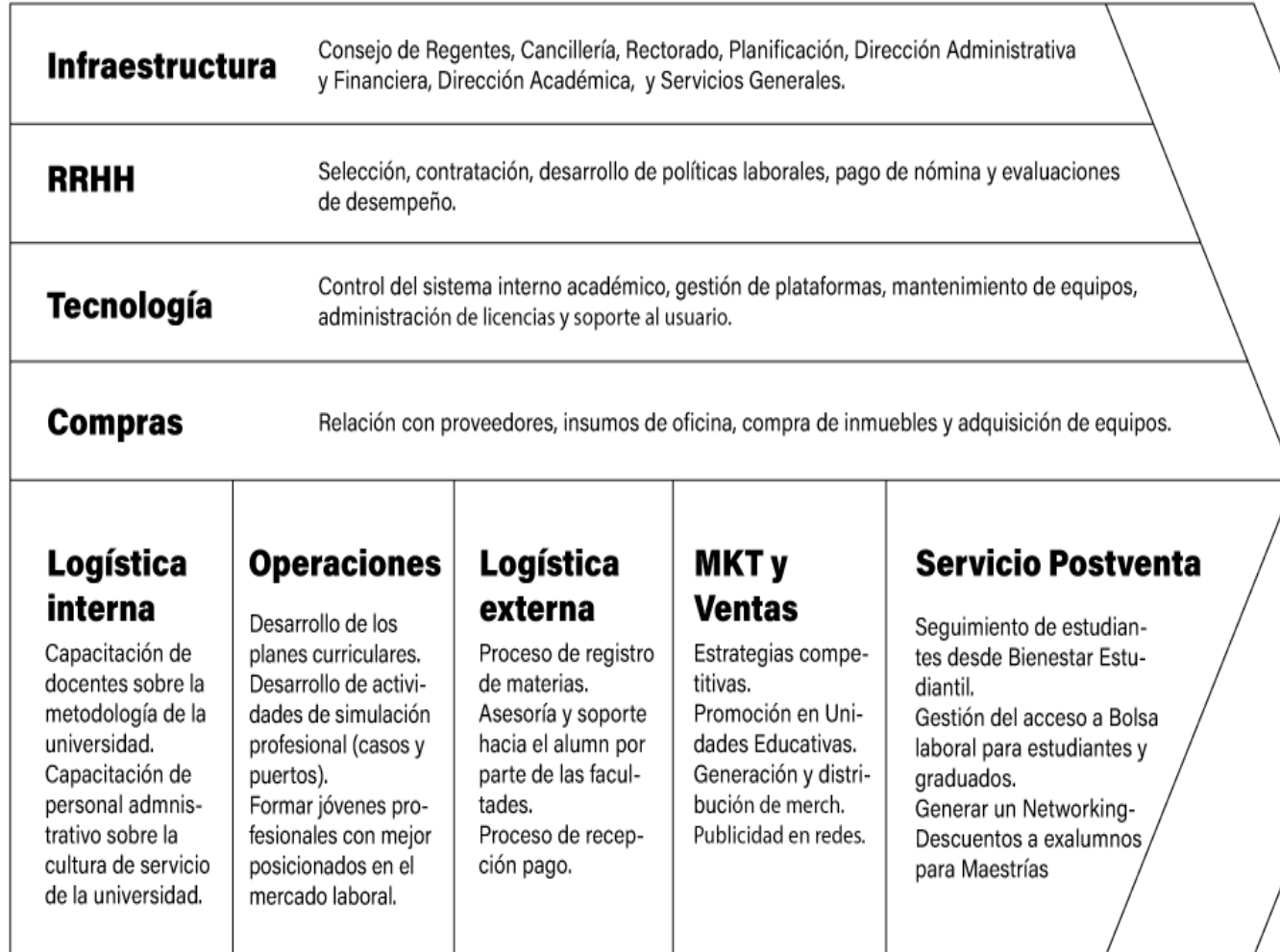


# DINÁMICA DE SISTEMAS

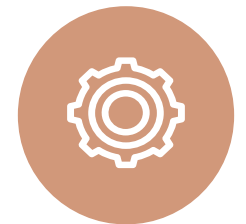
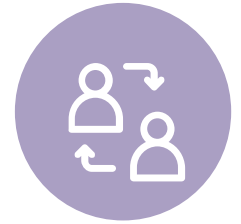


# CADENA DE VALOR

ACTIVIDADES DE SOPORTE

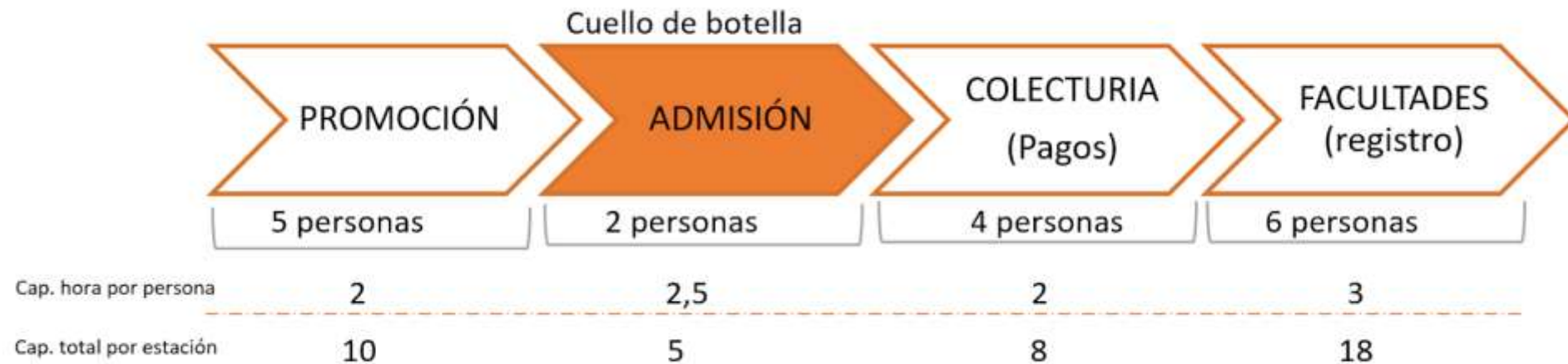


MARGEN



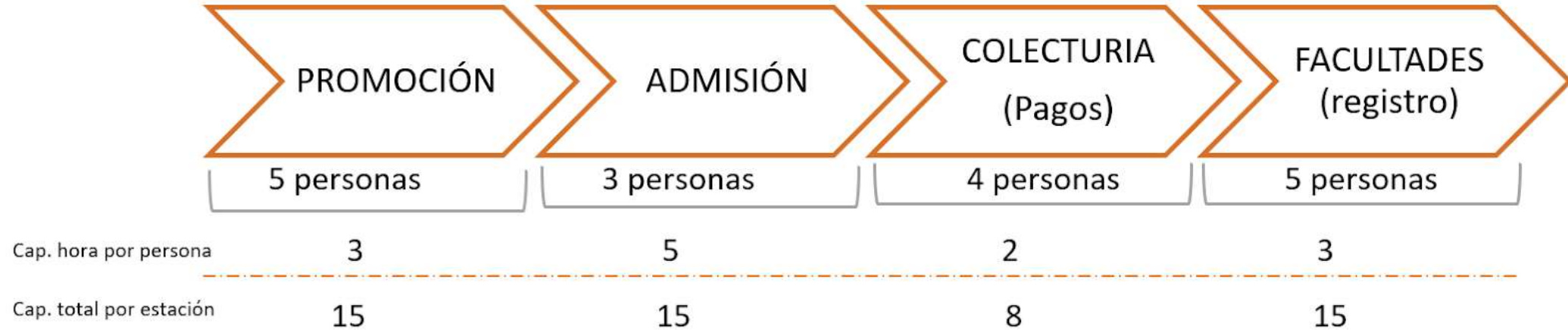
ACTIVIDADES PRIMARIAS

# CUELLO DE BOTELLA Y CAPACIDAD GLOBAL



PROPUESTA INICIAL					
	Capacidad por hora	# de personas	Capacidad por hora total	Jornada Laboral	Capacidad día
PROMOCIÓN	2	5	10	6	60
ADMISIÓN	2,5	2	5	6	30
COLECTURIA	2	4	8	6	48
FACULTADES	3	6	18	6	108

# ESQUEMA DE PROCESO MEJORADO



PROPUESTA DE MEJORA					
	Capacidad por hora	# de personas	Capacidad por hora total	Jornada Laboral	Capacidad día
PROMOCIÓN	3	5	15	6	90
ADMISIÓN	5	3	15	6	90
COLECTURIA	2	4	8	6	48
FACULTADES	3	5	15	6	90

# IMPACTO POSITIVO NETO DE LA PROPUESTA

PROPUESTA INICIAL					
# Trabajadores	Sueldo promedio	Sueldos mes	Capacidad por día	Capacidad por mes	Inversión por alumno
17	\$ 500,00	\$ 8.500,00	30	600	\$ 14,17

PROPUESTA MEJORADA					
# Trabajadores	Sueldo promedio	Sueldos mes	Capacidad por día	Capacidad por mes	Inversión por alumno
17	\$ 500,00	\$ 8.500,00	48	960	\$ 8,85

Ahorro de inversión por alumno	\$ 5,31
Porcentaje de ahorro	37,5%

# **CIBERSEGURIDAD**

**Industria de seguros de gastos mayores**



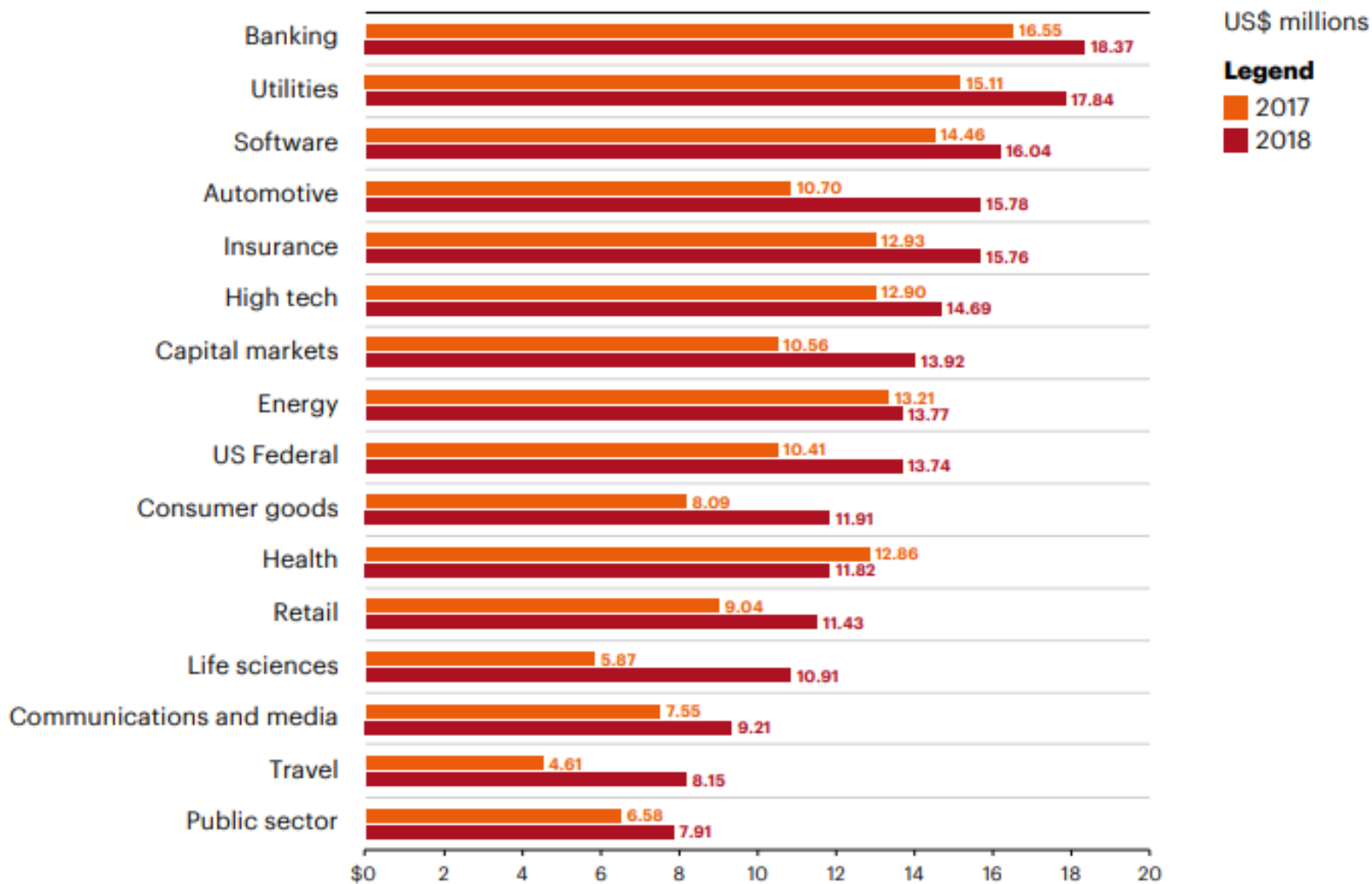


## ¿Qué industrias son las más perjudicadas por ataques de ciberseguridad?

En 2017, el costo anual fue de 12,93 millones de dólares y en 2018 de 15.76 millones.

**FIGURE 3**

**The average annual cost of cybercrime by industry**



**The cost of cybercrime de Accenture Security**

## **¿Por qué son las aseguradoras son tan atractivas para los cibercriminales ?**



Porque manejan datos delicados.  
Se captan a través de portales y apps:

- Datos personales y familiares
- Datos bancarios
- Datos médicos
- Reportes de procedimientos médicos
- Enfermedades preexistentes
- Facturas
- Diagnósticos

# ¿Qué medidas de ciberseguridad tomar?



- Programas de antivirus y malware que se activan cada vez que se enciende una computadora.
- Back ups diarios en el Onedrive y del disco duro H.
- Un firewall que controle el acceso de la computadora de todos los que usan VPN, de manera que no puedan acceder a sitios con contenido riesgoso.
- Eliminar puertos USB a través de los cuales puedan ingresar contenidos maliciosos.
- Proxy server, una tecnología que permite controlar el tráfico de toda la empresa.
- Doble factor de autenticación; cada vez que se desea ingresar a la computadora, el usuario deberá identificarse dos veces.
- Cambio de clave periódica en los ordenadores
- Configurara los gestores de base SQL de los afiliados, para que se encuentren encriptados en los ordenadores.
- Contar con un experto en sistemas de plantilla, y un especialista de ciberseguridad cuyo único trabajo sea analizar la seguridad de la red de manera permanente.
- Actualizar la web y los portales cada tres meses.



# Caso real

Una compañía fue atacada por un ransomware que les inhabilitó de trabajar correctamente durante aproximadamente tres semanas.



## ¿Cómo pudo ocurrir el ataque?

Cuando un ransomware ataca, se apagan todos los ordenadores para que no se infecten. Lo siguiente es:

- a) Rescatar y formatear la computadora
  - b) Solo formatearla
  - c) Pagar el rescate
- 

## ¿Cómo se pudo haber infectado?

Pudo haber sido por la descarga de un archivo, o no estuvo corriendo el servicio de antivirus, quizás un email, entre otros; pero siempre será una transferencia externa que llega al ordenador.

---

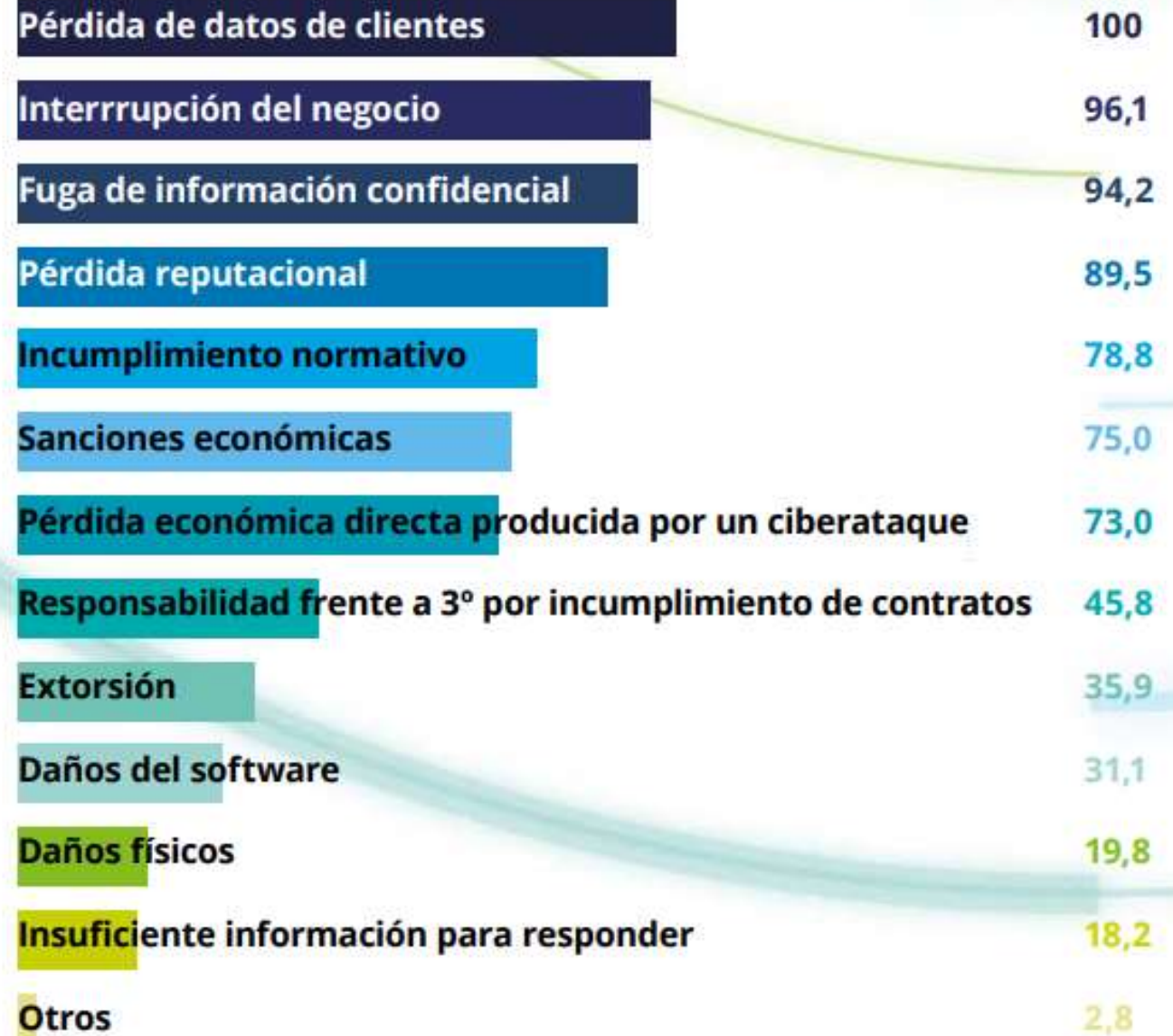
## ¿Cómo se pudo haber evitado?

Con sistemas como Sophos, que son tecnologías de protección automática; éste identifica la computadora infectada y envía una alerta. Todas las computadoras se reportan al Sophos. De manera que la que está infectada se apaga y se desconecta del internet para ser formateada. No hubiese sido necesario interrumpir el trabajo.

¿Qué puede  
consecuencias de no  
contener el ataque por  
mucho tiempo?



“Termómetro de la Ciberseguridad y riesgos TI en el sector asegurador español” publicado por ICEA en colaboración con Deloitte.



## Implicaciones legales



Artículo 43.- El responsable del tratamiento deberá notificar la vulneración a la Autoridad de Protección de Datos Personales; la sanción podría consistir en una multa de entre el 0.1% y el 0.7% calculado sobre su volumen de negocio correspondiente al ejercicio económico inmediatamente anterior al de la imposición de la multa.



# CASO 3



# WyJ STORE

Laboratorio III

Integrantes: Ma. Angélica González D.  
Jenniffer Campoverde  
Alba Valarezo S.

# INFORMACIÓN W&J STORE



Es una tienda on line que se encuentra funcionando desde el año 2015. Son importadores directos y ofrecen variedad de productos de diferentes líneas, tanto en la deportiva, médica, agrícola, tecnológica.

Cuenta con su página web [www.wyjsotre.com](http://www.wyjsotre.com)

IG: wyjstore\_ecuador

FACEBOOK: W&J STORE



antes



# BENCHMARKING

EMPRESA	MENSAJE	UBICACIÓN	TIPO DE PROMOCIONES	CANALES DE VENTA	REDES SOCIALES	FOLLOWER EN REDES	BICICLETAS ESTÁTICAS
<b>IMPORTADORA NOVOA</b>	Activa modo ahorro en todas tus compras	Guayaquil/ Quito / Santo Domingo / Manabí/ Babahoyo	Fin de mes sin IVA	Locales / Envíos a otras ciudades	Facebook/ Instagram/ Tik Tok/ Página web	F: 5,4 mil I: 134 mil T: 5064	Si vende
<b>TV VENTAS</b>	Innovamos para transformar tu vida	Guayaquil	Descuentos	Locales / Envíos a otras ciudades	Facebook/ Instagram/ Tik Tok/ Página web	F: 334 mil I: 273 MIL T: 30,3 K	Si vende
<b>DISTRIMASS DISTRIBUIDORA MASSUH</b>	Importadora directa con los precios más bajos del mercado	Guayaquil/ Samborondon/ Manta/ Portoviejo/ Babahoyo/ Machala	Descuentos	Locales / Envíos a otras ciudades	Facebook/ Instagram/ Tik Tok/ Telegram/ Página web	F: 312 mil I: 638 mil T: 428 K	No vende
<b>IMPORTADORA FM STORE</b>	Todo para tu hogar al mejor precio / Todo es posible	Guayaquil	Descuentos	Local / Envíos a otras ciudades	Facebook/ Instagram/ Tik Tok/	F: 7,5 mil I: 70,7 mil T: 220	No vende

# Buyer Persona - Workholic

**Nombre:** María Rosa

**Edad:** 37 años

**Estado civil:** Unión Libre

**Nivel de Educación:** 3er nivel y ha realizado varios cursos concernientes a su trabajo, consecuentes con Marketing, producción audiovisual y de interés creativo.

**Condición Laboral:** Está en relación de dependencia, pero tiene requerimientos aparte esporádicamente que le permiten un ingreso extra.

**Conducta Laboral:** Trabaja todo el tiempo

**Clase social:** C+

## **CONDUCTA ONLINE:**

Utiliza redes sociales: Instagram, la cual usa generalmente. Tiene Facebook, pero no lo usa de manera tan regular como antes; la última vez que lo hizo fue para comprar algo. Y recientemente tiene TikTok. Lo usa en contadas ocasiones y no ha generado contenido en esa plataforma.

Para comunicarse utiliza WhatsApp, Chat de Messenger, Instagram, zoom y Google Meetings.

Para comprar, por lo general va al lugar; pero cuando lo hace online, prefiere comprar a través de cuentas de IG. Rara vez lo hace en un E-commerce. Es muy recelosa de colocar los datos de su tarjeta. Ha comprado por Amazon, pero solo equipos específicos que le facilitan el trabajo. Estas compras se dan rara vez. Quizás una vez al año.



# Buyer Persona - Workholic

## RELACIÓN CON EMPRESAS SIMILARES A LA NUESTRA:

Por lo general María Rosa sigue en Instagram cuentas de importadoras, las revisa de vez en cuando, cuando en el feed le aparece una oferta que le llama la atención. Pero no son cuentas que busca cuando necesita un artículo en particular. Cuando necesita comprar algo en particular, usa hashtags o cuentas específicas que ya conoce pertinentes a la categoría del producto que busca.

## INTERESES:

María Rosa necesita verse bien, está empezando a cuidar más su imagen a pesar que no tiene mucho tiempo, le gusta trabajar desde su casa, pero tiene tanto trabajo que suele comer domicilio antes que cocinar. Disfruta de sus momentos libres viendo Netflix, ir al teatro, a bares o salir con amigos los fines de semana por la noche, nunca de tarde porque siempre está ocupada estudiando algún curso o trabajando.

Quisiera hacer ejercicios, pero no tiene tiempo. Las veces que se ha inscrito en un gimnasio, ha logrado ir la primera semana. Nunca tiene tiempo a la misma hora en la noche. Lo ideal para ella sería hacer ejercicios de mañana pero nunca logra levantarse tan temprano y básicamente ir al gimnasio supondría levantarse lo suficientemente temprano para cambiarse, peinarse, tomar sus cosas e ir al gimnasio. Ese es tiempo que podría estar trabajando o descansando, porque siempre está cansada de tanto trabajo.

## RETOS:

Espera tener su propio negocio o crecer laboralmente, mantener una buena salud, tratar de comer más sano, verse bien y tener energía para hacerlo todo.

## FRUSTRACIONES:

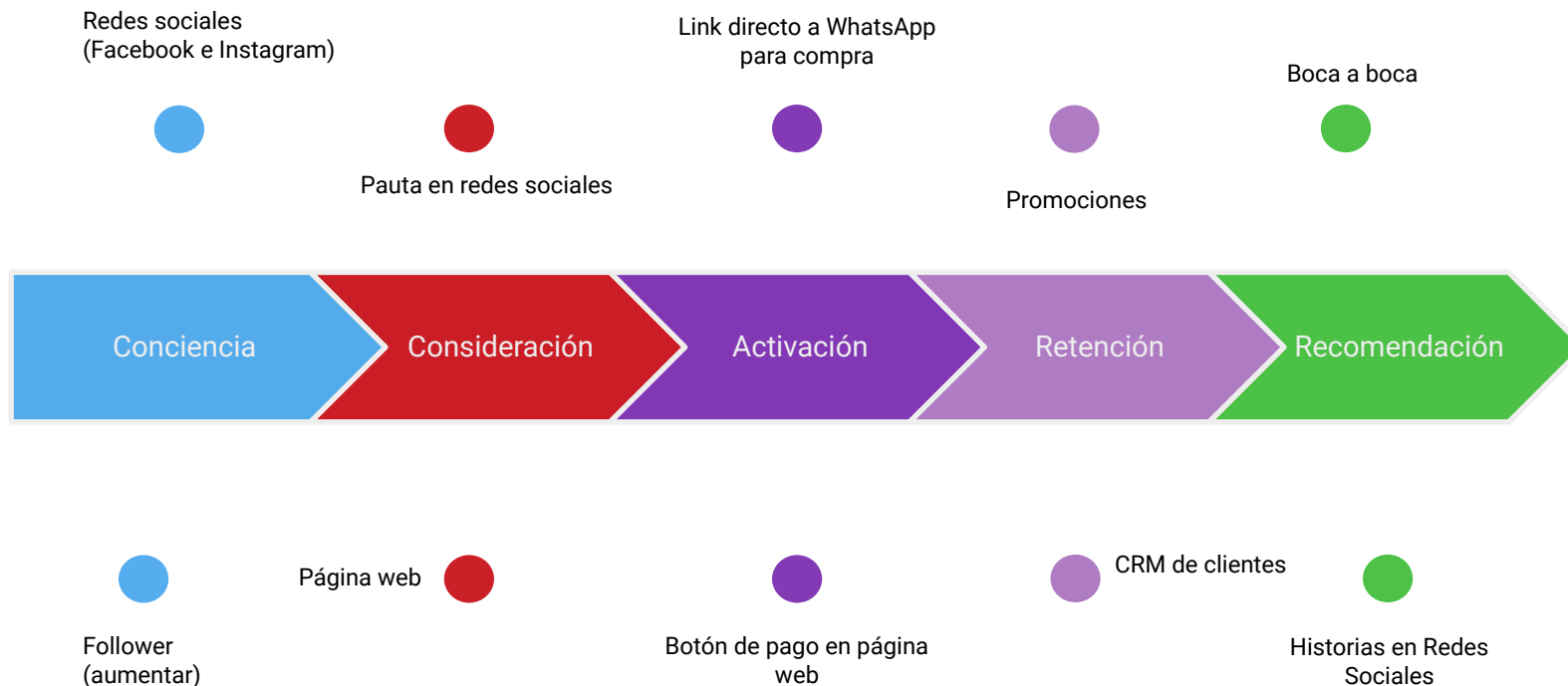
- No verse bien - saludable
- No lograr un equilibrio en las cosas que considera importantes.
- No obtener el suficiente reconocimiento laboral.
- Atravesar problemas económicos.

## OBJETIVOS:

- Montar su propio negocio en 4 años



# Customer Journey digital

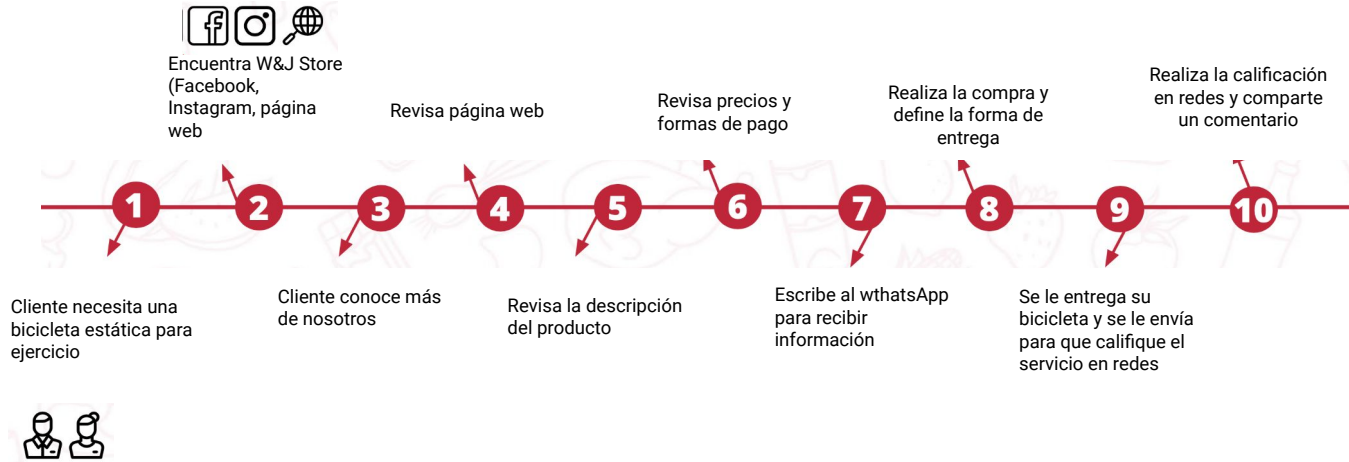


# Modelo AIDA





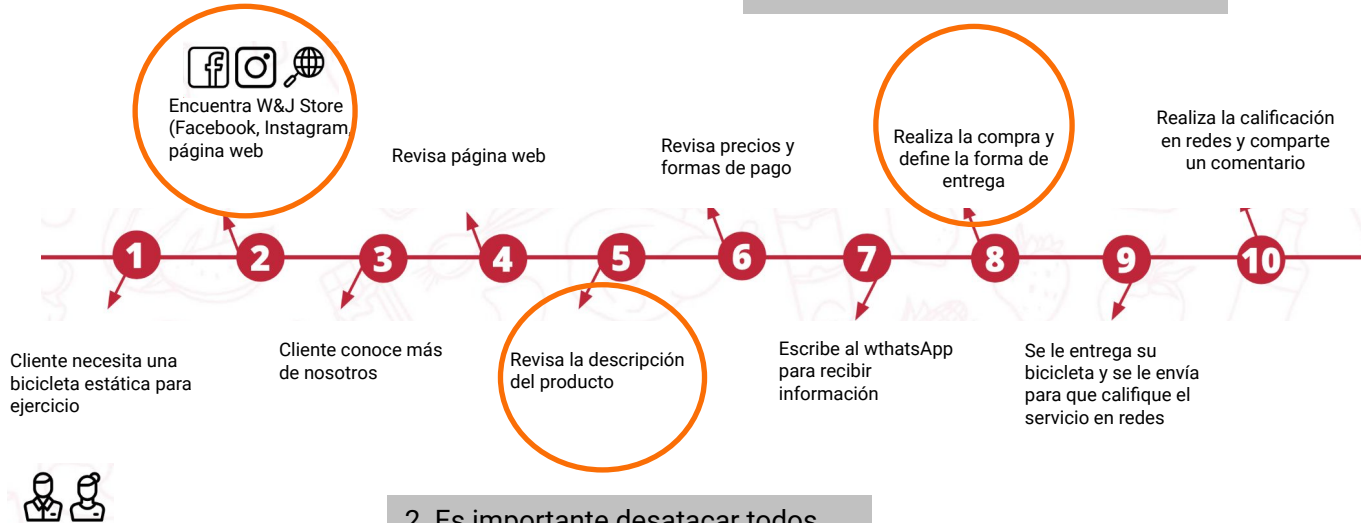
# Mapa de trayectoria de compra



# Modelo ZMOT (Zero Moment of Truth)

1. Luego de la necesidad, el cliente busca en diferentes redes otras tiendas para comparar precio

3. El cliente muchas veces define una compra porque tienen diferentes formas de pago, que les permite escoger.



2. Es importante desatacar todos los atributos de la bicicleta con el precio para confirmar su calidad.

# Método Growth Hacker



El objetivo de plantear este método es que exista mayor tráfico en la página web y aumentar followers en sus redes sociales de manera orgánica.



# MARKETING MIX ECOSISTEMA DIGITAL

# MODELOS DE NEGOCIO



## B2C

Este modelo se da entre una empresa y un consumidor o persona particular. La gran mayoría de los productos de la tienda, se venden al cliente final; incluso el producto estrella que es la bicicleta estática cuando se venden dos o tres, para gimnasios, sigue siendo un consumidor final porque no compra en un volumen mayor ni la revende.

## B2B

En este modelo se realiza la venta a empresas, de manera que no interviene el cliente final, porque la intención en la compra es de usar estos productos en sus procesos de producción. En este punto, J&W Store cuenta con productos como, por ejemplo, incubadoras para huevos que son comprados mayormente por agrónomos.

## B2B2C

En este modelo, la compra se produce por una empresa que lo hace por un volumen mayor y la revende a un consumidor final. Esto ocurre con productos más pequeños para niños y de menor valor.

# CMS (Sistema de gestión de contenidos)



SMS  
WordPress

Para la tienda, la mejor opción es trabajar con una plataforma CMS (Content Management System o Sistema de Gestión de Contenidos), un tipo de software que ayuda a los usuarios a crear, administrar y modificar el contenido sin la necesidad de conocimientos técnicos especializados.

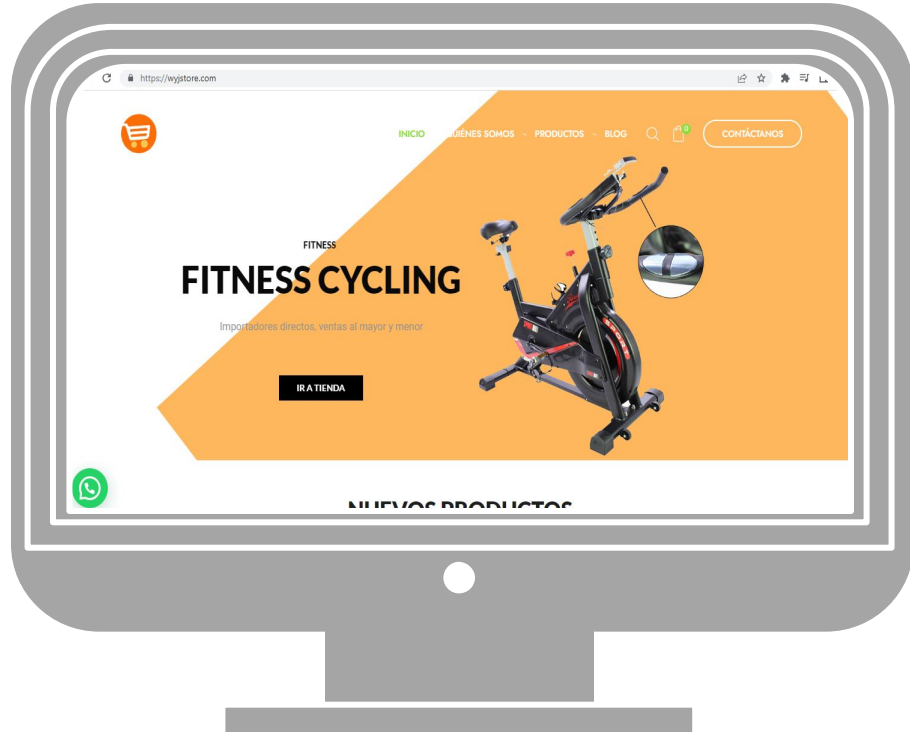
En lugar de crear un sistema propio para crear la página, para almacenar imágenes y otras funciones, el SMS posee la infraestructura básica, y su gestión es más sencilla, de manera que luego de terminada la página, y después de una breve capacitación, una persona de W&J Store, estará habilitada para alimentar el sitio cada vez que deba sumarse un producto nuevo, porque la edición se independiza del diseño. Incluso, se pueden asignar otros roles con permisos de acceso, como autor, editor, colaborador, administrador, etc.

Adicionalmente, al ser un CSM, no se necesita escribir el código de la página desde cero, lo que posibilita que sea entregada a W&J Store en menos tiempo, y que todas las actualizaciones se pueden realizar de manera rápida.

La página será realizada en WordPress porque contiene miles de plantillas y complementos que puedes usar para ampliar la funcionalidad de la web.

# WEBPAGE

La página web existe, pero actualmente están realizándose algunas adecuaciones para adaptarse a lo sugerido. A continuación podrán conocer los cambios sugeridos.



# ANÁLISIS DE WEBPAGE



PÁGINA PRINCIPAL  
Info de contacto

A screenshot of a web browser showing the homepage of 'W&amp;J STORE'. The browser's address bar shows 'https://wyjstore.com'. The website has a white header with a shopping cart icon on the left and navigation links: 'INICIO', 'QUIÉNES SOMOS', 'PRODUCTOS', 'BLOG', a search icon, a shopping cart icon with '0' items, and a 'CONTÁCTANOS' button. The main content area features a large orange banner with a black and red stationary exercise bike. Text on the banner includes 'FITNESS', 'FITNESS CYCLING', and 'Comprar Spine Bicicletas De Stationary Bicicleta Estatica Ejercicio Spinning Bike Para La Venta'. A black button with white text says 'IR A TIENDA'. Below the banner, the text 'NUEVOS PRODUCTOS' is displayed. At the bottom, there is a footer with the text 'We offer the best selection of sunglasses and designer glasses at prices you will love!' and the URL 'https://wyjstore.com/'.

Es importante colocar el nombre en el header en la página web, no solo el ícono.

Es correcto colocar el producto más relevante al principio de la página.

<https://wyjstore.com/>



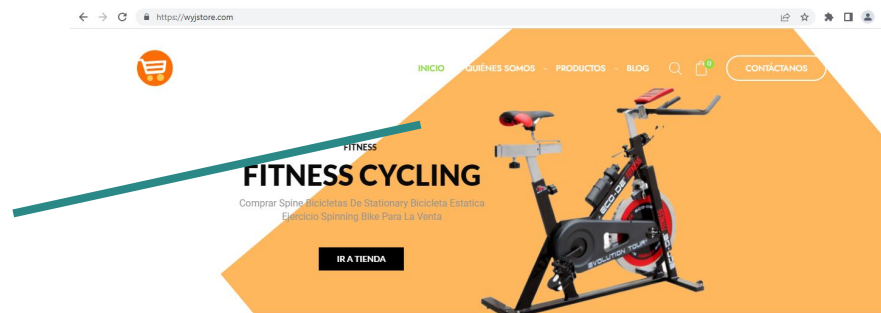
# ANÁLISIS DE WEBPAGE



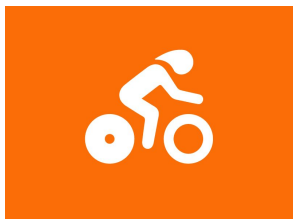
Uno de los principales cambios que deberán realizarse, es la implementación de categorías en el menú, de una manera visible.



**PÁGINA PRINCIPAL**  
Categorización de productos



Insumos Médicos



Deportes



Accesorios para  
mascotas



Insumos Agrícolas



Kids

# ANÁLISIS DE WEBPAGE



PÁGINA PRINCIPAL  
El header



Valdría la pena colocar la información de contacto más expuesta. Mientras menos pasos y más accesible, mejor. De igual manera, subir las redes a esta sección.

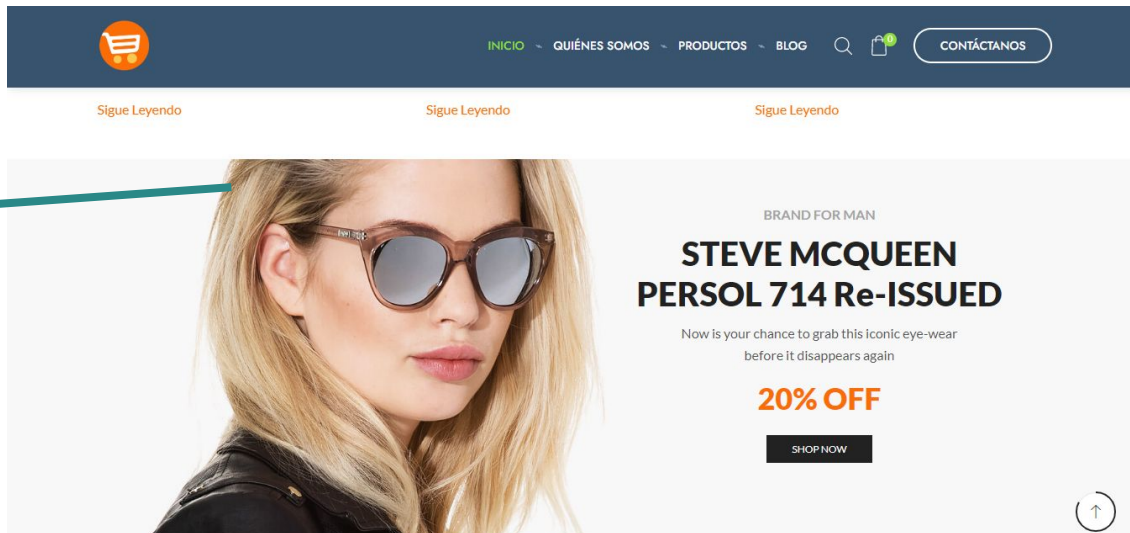
<https://wyjstore.com/>



# ANÁLISIS DE WEBPAGE



PÁGINA PRINCIPAL  
Promociones



Debido que los visitantes en su mayoría no bajan hasta el final de la página, es necesario colocar información importante, como los descuentos, justo debajo del producto principal.

<https://wyjstore.com/>

# ANÁLISIS DE WEBPAGE



Es importante que si se coloca un Quick View, esta información que se despliega sea más detallada que la que ya me están mostrando en la entrada principal.



QUICK VIEW

Productos  
Incubación de 112 huevos giratoria, con bandeja rodante  
\$170.00

AÑADIR AL CARRITO



PÁGINA PRINCIPAL  
Vista rápida

A screenshot of the W&amp;J STORE website main page. The header includes the logo and navigation links: INICIO, QUIÉNESSOMOS, PRODUCTOS, and BLOG. The main content area displays three product cards for incubators. The first card is highlighted with a green box and a line pointing to the 'QUICK VIEW' button in the inset image. The second card is partially obscured by a greyed-out area. The third card is also partially obscured. A large yellow incubator image is shown to the right of the main page screenshot.

Incubación de 112 huevos giratoria, con bandeja rodante  
\$170.00  
✓ In stock

- 1 +

AÑADIR AL CARRITO

<https://wyjstore.com/>

# ANÁLISIS DE WEBPAGE



## PÁGINA DE BÚSQUEDA

Filtros y categorías

Es correcto que se coloque el header con el logo en todas las pestañas y que sea flotante.

Es indispensable la presentación de las categorías.

Adicionar filtros por precio es un valor agregado apreciado cuando tienes muchos productos, que es la intención futura..

A screenshot of the W&J STORE search page. The page features a navigation bar with 'INICIO', 'QUIÉNESSOMOS', 'PRODUCTOS', and 'BLOG'. Below the navigation bar, there is a breadcrumb trail 'Inicio > Productos' and a 'volver a la pagina anterior' link. The main content area is divided into sections for 'CATEGORÍAS' (Antigüedades, Importación, Productos) and 'FILTRAR POR PRECIO' (Precio: \$10 - \$180). The product grid displays four items: a spinning bike, two gaming cases, and a fetal heart rate monitor. Each product has a title, price, and an 'AÑADIR AL CARRITO' button. The URL 'https://wyjstore.com/' is visible at the bottom right of the screenshot.

Inicio > Productos

INICIO QUIÉNESSOMOS PRODUCTOS BLOG

Antigüedades  
Importación  
Productos

Orden por de...

Antigüedades  
Importación  
Productos

FILTRAR POR PRECIO

Precio: \$10 — \$180   FILTRAR

Productos  
Bicicleta de spinning de gimnasio de lujo, equipo de ejercicio para el hogar, bicicleta de ejercicio, bicicleta de interior  
\$180.00  
AÑADIR AL CARRITO

Productos  
Case Gaming  
\$120.00  
AÑADIR AL CARRITO

Productos  
Case Gaming Q  
\$120.00  
AÑADIR AL CARRITO

Productos  
Doppler Fetal de bolsillo, Detector de latido del corazón del bebé, Monitor de frecuencia cardíaca para embarazadas, Monitor de bolsillo  
\$70.00  
AÑADIR AL CARRITO

https://wyjstore.com/

Recomendación: Deberían aparecer las promociones aquí también como preámbulo.

# ANÁLISIS DE WEBPAGE



## PÁGINA DE PRODUCTO

Perfiles

Hay que satisfacer los cuatro perfiles de clientes.

No hay suficiente información para el Competente, pero quizás es el perfil más satisfecho.



INICIO QUIÉNES SOMOS PRODUCTOS BLOG



### Bicicleta De Spinning De Gimnasio De Lujo, Equipo De Ejercicio Para El Hogar, Bicicleta De Ejercicio, Bicicleta De Interior

\$180.00

✓ In stock

- 1 +

ANADIR AL CARRITO

BUY NOW

产品参数/Product parameters



<https://wyjstore.com/>

# ANÁLISIS DE WEBPAGE



PÁGINA DE PRODUCTO  
Perfiles

Las fotos deberían aparecer a, manera de slide, para que el que navega no tenga que bajar tanto para ver todas las fotos.

Por otro lado, no hay ninguna foto que invite al Espontáneo a comprar o ningún video que enamore al Humanista, como el producto siendo usado por alguien, ó cuánto espacio ocupa en una habitación.



BUY NOW

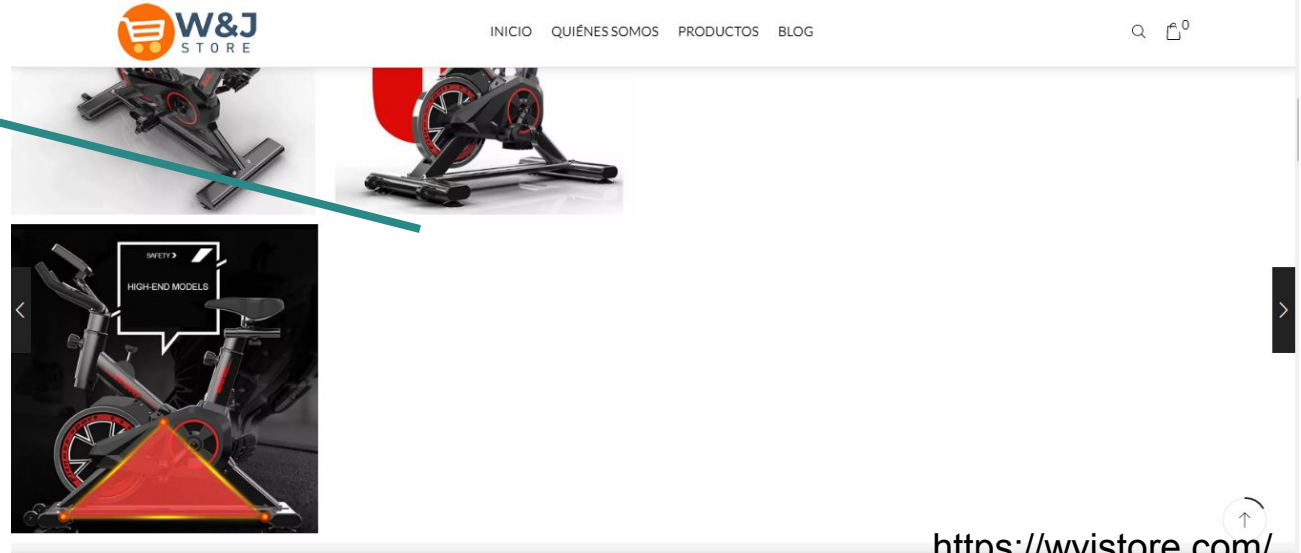
<https://wyjstore.com/>

# ANÁLISIS DE WEBPAGE



PÁGINA DE PRODUCTO  
Perfiles

El Analítico debe bajar demasiado para encontrar la información que le interesa.







# ANÁLISIS DE WEBPAGE



## PÁGINA DE PRODUCTO

Perfiles

### DESCRIPCIÓN

#### Descripción:

- Materiales: Acero, plástico, espuma
- Pantalla de reloj electrónico
- Velocidad de transmisión Método de la correa

#### Características de los componentes:

- Volante de inercia de 6 kg
- Pedal de aleación de aluminio
- Manillar de inmersión
- Hervidor de aleación de aluminio
- Manivela de hierro fundido
- Cambio de velocidad continuo

#### Características:

- 1) Alivie la presión en la parte posterior de la columna vertebral y los ligamentos.

2) Reduce la presión en la parte frontal.

La información para el Analítico es la más completa.  
Más abajo están los detalles del empaque lo que es muy bueno.

3) Silencioso durante el ejercicio, con un control deslizante fuerte, sin necesidad de la ayuda de cuerdas elásticas.

#### Detalles del empaque:

- Peso y tamaño de la caja: 20KGS // 86cm x 20cm x 72cm

<https://wyjstore.com/>

# ANÁLISIS DE WEBPAGE



PÁGINA DE PRODUCTO  
Perfiles

Conocer las consultas y datos del usuario es muy bueno para conocer más lo que quiere el consumidor y tener una relación más cercana. Pero se podría incluir un chat para acercarlo mucho más.



<https://wyjstore.com/>

# ANÁLISIS DE WEBPAGE



## PÁGINA DE PRODUCTO

Perfiles

Simar a los campos el teléfono, no como un campo obligatorio, también podría ser un acierto.

A screenshot of the W&J STORE website's contact form. The form is located on the right side of the page. It features the W&J STORE logo in the top left corner. The navigation menu includes 'INICIO', 'QUIÉNES SOMOS', 'PRODUCTOS', and 'BLOG'. There is a search icon and a shopping cart icon in the top right corner. The form itself has a search bar at the top, followed by a 'Nombre \*' field, a 'Correo electrónico \*' field, and a checkbox labeled 'Guarda mi nombre, correo electrónico y web en este navegador para la próxima vez que comente.' Below the form is an 'ENVIAR' button. A teal arrow points from the text on the left to the 'Nombre \*' field. At the bottom of the page, there is a black bar with an upward-pointing arrow icon.

<https://wyjstore.com/>

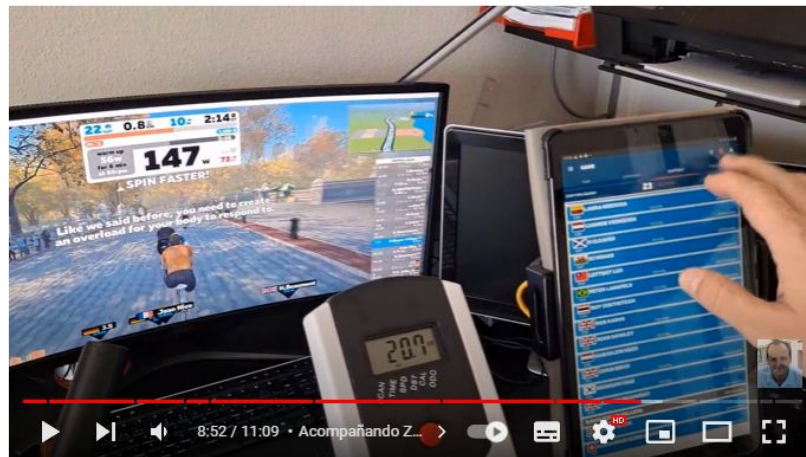
# ANÁLISIS DE WEBPAGE



ADICIONAL  
Sugerencias

Finalmente , la página podría incluir testimonios, o reviews incrustados de Youtube, fotos de antes y despues de los usuarios, o cosas interesantes que las personas hacen con esta bicicleta.

<https://www.youtube.com/watch?v=wmkN3vINEXk>.



MÁLAGA

Adapta tu bicicleta de spinning para aplicaciones como Zwift y BKool



David Bueno Vallejo  
7,780 suscriptores

Suscribirse

1,949



Compartir



<https://wyjstore.com/>

# PLAZA O DISTRIBUCIÓN

## Servientrega

Para entregas a otras ciudades Servientrega es una buena opción, pero para productos que no tienen mayor peso, porque los más grandes sale mucho más el costo de envío

## Picker

Para entrega de productos pequeños la plataforma Picker es una buena opción para entregas a domicilio, siendo esta una plataforma confiable



## Recoger en punto de entrega

Cuando una entrega es dentro de la ciudad se acuerda un punto de entrega o lo pueden recoger en la casa de los dueños, de esta manera se ahorran en el costo de envío.

## Medios de transporte interprovincial

Para los artículos más pesados como maquinarias para envío a otras ciudades se usa los medios de transporte del TTT ya que el costo de envío es menor

El Packaging es importante en todos los productos que se entregan, por ellos no se retira nada de las cajas y protecciones con los que los productos vienen cuando se importan para salvaguardar que llegue en buen estado al cliente final.

# ESTRATEGIA DE PRECIO PENETRACIÓN



El pricing que maneja la importadora W&J Store se establece a través del análisis del mercado logrando contar con una estrategia de precios adecuada que sirva como métrica para el incremento del tróput del negocio.

La estrategia de penetración busca el liderazgo en costos en el mercado, pues en base al benchmarking realizado, W&J Store vende las bicicletas estáticas al precio más bajo del, cumpliendo con el objetivo que sus consumidores y futuros clientes noten que el producto que se oferta tiene muchos componentes en relación a precio y calidad.

# ESTRATEGIA DE PRECIO PENETRACIÓN



Los precios, debido a su naturaleza, pueden variar desde un mínimo hasta un máximo. Esto depende del punto en el que se encuentren en la cadena de distribución. Adicionalmente, los precios pueden cambiar de acuerdo con la fase del ciclo de vida del producto.

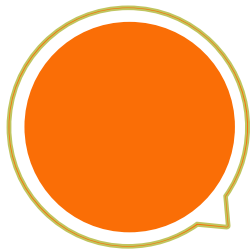
En este caso el producto destacado son las bicicletas para spinning, que después del respectivo estudio y comparación de precios competitivos se pudo obtener como precio promedio a nivel de la competencia de \$ 350.00, en este caso ajustando los diferentes indicadores de costes y calculando el precio final de venta se obtiene que la importadora puede ofrecer estas bicicletas en \$180, valor que es atractivo para el cliente y que cubre el margen de ganancia que busca la empresa.

# OBJETIVO RECONOCIMIENTO

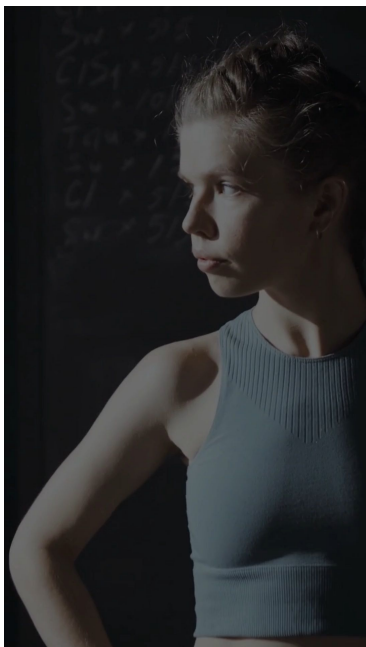
Generar contenido y conectar con el público







# Estrategia de contenidos



**TRANSFORMA  
TU CUERPO**

**EN UNA HORA**

PERO CON PHOTOSHOP PORQUE ESA GRASA NO SE QUEMA SOLA.  
MEJOR LEVÁNTATE DE ESA SILLA, DEJA EL TRABAJO UN MOMENTO Y  
ENTRENA A TU TIEMPO, A TU RITMO Y DESDE CASA.

*Bicicleta Sport*

**¿ESTO ES TODO LO QUE LEVANTAS?**

MEJOR LEVÁNTATE DE ESA SILLA,  
DEJA EL TRABAJO UN MOMENTO Y  
ENTRENA A TU TIEMPO,  
A TU RITMO  
Y DESDE CASA.

*Bicicleta Sport*

Todos los artes se publicarán tanto en Facebook, como en Instagram, sin precio, obedeciendo al objetivo de Awareness que perseguimos

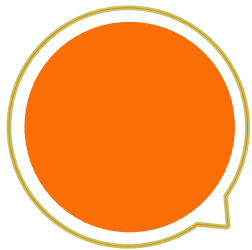


# Estrategia de contenidos

En Facebook se cuenta con una audiencia que conoce más la marca que en Instagram, de manera que nos atreveremos a pautar una publicación con precio, para no dejar de tomar en cuenta la audiencia que ya nos sigue.



Advertisement for a stationary bike. The main image shows a black and red stationary bike with a digital panel. Text elements include: "ENTRENA DESDE CASA" (Train from home), "A TU TIEMPO Y A TU RITMO" (At your time and at your pace), "W&J STORE" (W&J Store), "ECO DE FITNESS" (Eco de Fitness), "EVOLUTION TOUR" (Evolution Tour), "Precio de promoción" (Promotional price), "\$180" (Price), and "BICICLETA ESTÁTICA CON PANEL DIGITAL" (Stationary bike with digital panel). The ad features decorative elements like arrows, a shopping cart icon, and a grid of 'x' marks.



# Estrategia de contenidos

## Clases de spinning gratuitas en línea

Como parte de una estrategia de contenidos que se implementará más adelante, cuando la página web esté lista, presentaremos clases de spinning en línea gratuitas, para darle valor a la marca, así como tips saludables. Estas clases también serán socializadas a través de las redes.



# Estrategia Social Media



66%

## Instagram

Es la red de uso frecuente y puede ser un canal de compras del buyer persona



34%

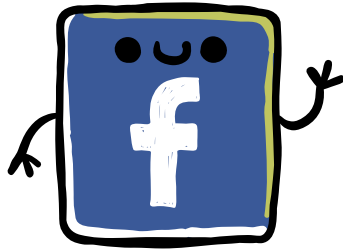
## Facebook

El buyer persona no frecuenta mucho esta red, sin embargo cuando quiere hacer una compra en específico usa HT, y podemos hacer uso de esta herramienta

Del presupuesto de \$30 de acuerdo a los análisis antes realizados, se pagó un 66% en Instagram \$20 y 34% en Facebook \$10

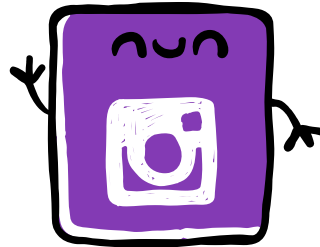


# Estrategia Social Media



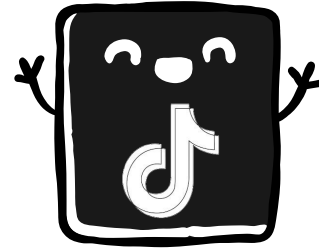
**Facebook**

WyJ store tiene mayor número de seguidores y el buyer persona compra ocasionalmente



**Instagram**

El buyer persona tiene alta frecuencia en su uso, porque es una red potencial para compras



**Tik Tok**

Red con auge y es cuestión de tiempo para que el buyer persona lo use frecuentemente, recién se creó una cuenta para pautar y llegar a más clientes más adelante.

# Resultados estrategia



## ← Alcance

Últimos 30 días ▾

28 oct. - 26 nov.

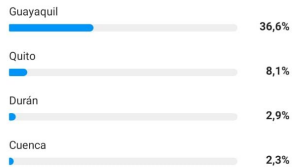
**1.900**  
Cuentas alcanzadas

86,9% de anuncios

+1.627% vs. 28 sep. - 27 oct.

## Público alcanzado ⓘ

### Principales ciudades



### Pri



## ← Estadísticas ⓘ

Últimos 30 días ▾

28 oct. - 26 nov.

## Resumen

Llegaste a un **+1.627%** más de cuentas en comparación con 28 sep. - 27 oct.

Cuentas alcanzadas	1.900	>
	+1.627%	
Cuentas que interactuaron	21	>
	+425%	
Total de seguidores	739	>
	+0,5%	

# Resultados estrategia



## ← Alcance

Últimos 30 días ▾

28 oct. - 26 nov.

1.900

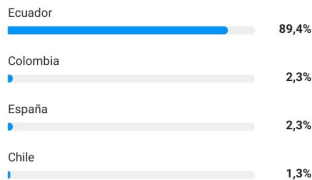
Cuentas alcanzadas

86,9% de anuncios

+1.627% vs. 28 sep. - 27 oct.

## Público alcanzado ⓘ

### Principales países



F

3

2

4

1

1

## ← Alcance

Últimos 30 días ▾

28 oct. - 26 nov.

1.900

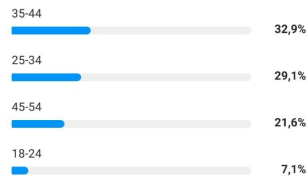
Cuentas alcanzadas

86,9% de anuncios

+1.627% vs. 28 sep. - 27 oct.

## Público alcanzado ⓘ

### Principales rangos de edad



S

## ← Alcance

Últimos 30 días ▾

28 oct. - 26 nov.

1.900

Cuentas alcanzadas

86,9% de anuncios

+1.627% vs. 28 sep. - 27 oct.

## Público alcanzado ⓘ

### Sexo



## ← Alcance

Últimos 30 días ▾

28 oct. - 26 nov.

## Seguidores y no seguidores

Según el alcance



Llegaste a un +8.784% más de cuentas que no te seguían en comparación con 28 sep. - 27 oct.

## Alcance del contenido ⓘ

Ver todo




Impresiones

3.184  
+633%

# Resultados estrategia



## Resumen

Página	Reacciones/Me gusta,...	Me gusta y reacciones	Comentarios	Veces compartida	Clics en el enlace	Nuevos seguidores	Personas que dejaron de...
 W&J Store Electrónica	536	319	157	60	599	46	0



# Estrategia SEO

## SEO TÉCNICO



La página web de la tienda ha pasado por cambios durante la realización de este proyecto, y esperamos que siga mejorando de acuerdo a lo aprendido, recientemente se está implementando metadescripciones para mejorar la búsqueda en google de los productos que ofrece la importadora, y las fotos con metanombres, mediante frases claves que se utilizan para cada categoría y producto que venden.

WordPress tiene un plugin que permite realizar estas metadescripciones que se llama Yoast con una versión gratuita que ha permitido poner las frases claves en la página.

Se plantea a un futuro, que el emprendimiento tenga más fuerza, pagar google adwords, por un tiempo para mejorar el tráfico e interés en la página.

# Estrategia SEO



## SEO CONTENT

El contenido de la página es importante por que también se amplió la descripción de los productos, pues el texto es clave para el search y para los diferentes tipos de clientes, por lo cual se indexa de manera más efectiva los motores de búsqueda para encontrar los productos y la página.

Para esto también se estableció un blog y los video clases de spinning que se van a implementar generando un contenido orgánico y que visiten la página.







# Estrategia CEM

## Google Ads

Como parte de la estrategia, cuando la página esté culminada, pautaremos a través de Google Ads para generar más tráfico a la web



Selecciona el objetivo de esta campaña ⓘ






 Ventas	 Clientes potenciales	 Tráfico al sitio web	 Consideración de la marca y del producto
 Cobertura y notoriedad de marca	 Promoción de la aplicación	 Visitas a tiendas y promociones locales	 Crear una campaña sin un objetivo concreto

# Estrategia CEM

## Google Ads

El tipo de campaña será para promocionar los productos. En este caso, el producto estrella que es la bicicleta estática.

Selecciona un tipo de campaña ⓘ

<p><b>Búsqueda</b></p>  <p>Llega a los clientes interesados en tu producto o servicio con anuncios de texto</p>	<p><b>Display</b></p>  <p>Publica diferentes tipos de anuncios en la Web</p>	<p><b>Shopping</b></p>  <p>Promociona tus productos con anuncios de shopping</p>	<p><b>Video</b></p>  <p>Llega a los usuarios de YouTube y capta su interés en toda la Web</p>
<p><b>Discovery</b></p>  <p>Publica anuncios en YouTube, Gmail, Discover y muchos sitios más</p>			



# Estrategia CEM

## Google Ads

El tipo de anuncios se ven de esta manera.

The image shows a Google search interface for the query "televisiones". The search bar contains the text "televisiones" and includes a clear button (X), a microphone icon, and a search icon. Below the search bar are navigation options: "Todo", "Imágenes", "Shopping", "Maps", "Noticias", "Más", and "Herramientas". The search results indicate "Cerca de 5,450,000 resultados (0.60 segundos)".

The main section is titled "Anuncios · Comprar televisiones". It displays a row of six product advertisements, each featuring a TV image, a price, and a retailer name. A yellow arrow points from the text above to the first advertisement.

Product	Price	Retailer
Pantalla LE... (Hisense)	\$10,499.00	Coppel
Pantalla LG ... (LG UHD 65)	\$13,990.00	Soriana.com
Tv Philips 6... (PHILIPS 4K UHD SmartTV 65)	\$12,999.00	Walmart.co...
Pantalla LE... (LG UHD 50)	\$10,999.00	Coppel
Pantalla LE... (OFERTA)	\$4,999.00...	Coppel
Tv Sony 43... (DESCUENTO)	\$7,999.00	Walmart M...

# Estrategia CEM

## Google Ads

**Extensiones de anuncio**  
Consigue un porcentaje de clics hasta un 15 % superior mostrando información adicional en tus anuncios

- Extensiones de enlaces de sitio** Añaden enlaces adicionales al anuncio
- Extensiones de texto destacado** Añaden más información de la empresa al anuncio
- Extensiones de llamada** Añaden un número de teléfono al anuncio
- + Extensión de anuncio**

Por otra parte, para pautar la página en los motores de búsqueda, realizaremos otra campaña en la que en las extensiones colocaremos todas la categorías.

**Anuncio** · <https://www.bestday.com.mx/viajes/cancún> ▾ 800 062 4334

### Viajes a Cancún - Hasta 60% de Descuento

Paquetes Hotel + Avión a **Cancún** con la Mejor Tarifa. Reserva Hoy y Viaja Cuando Quieras.  
Paquetes de **Viaje a Cancún** Hasta con 60% de Descuento. Reserva con Best Day y ¡Ahorra!  
Diversas Formas de Pago. 18 Meses sin Intereses. Diversos Puntos de Venta.

### Paquetes a Cancún

Reserva Hotel + Avión a Cancún  
y Ahorra Hasta 40%

### Vuelos a Cancún

Reserva Tu Vuelo a Cancún  
en Best Day y Paga a 20 MSI

### Arma Tu Paquete de Viaje

Selecciona La Aerolínea de Tu  
Preferencia y Arma Tu Paquete.

### Tours a Cancún

Los Mejores Tours y Excursiones  
Para Tus Vacaciones a 20 MSI

# Estrategia de e-commerce

## Comunicación

La importadora busca involucrar a los clientes o usuarios con contenido de calidad y de interés para que se pueda potenciar la fidelización con la otra parte, así mismo potenciar acciones en las redes sociales que más maneja la tienda como lo es Facebook-marketplace, Instagram, página web comunicándoles los beneficios y el valor añadido que pueden conseguir los clientes.

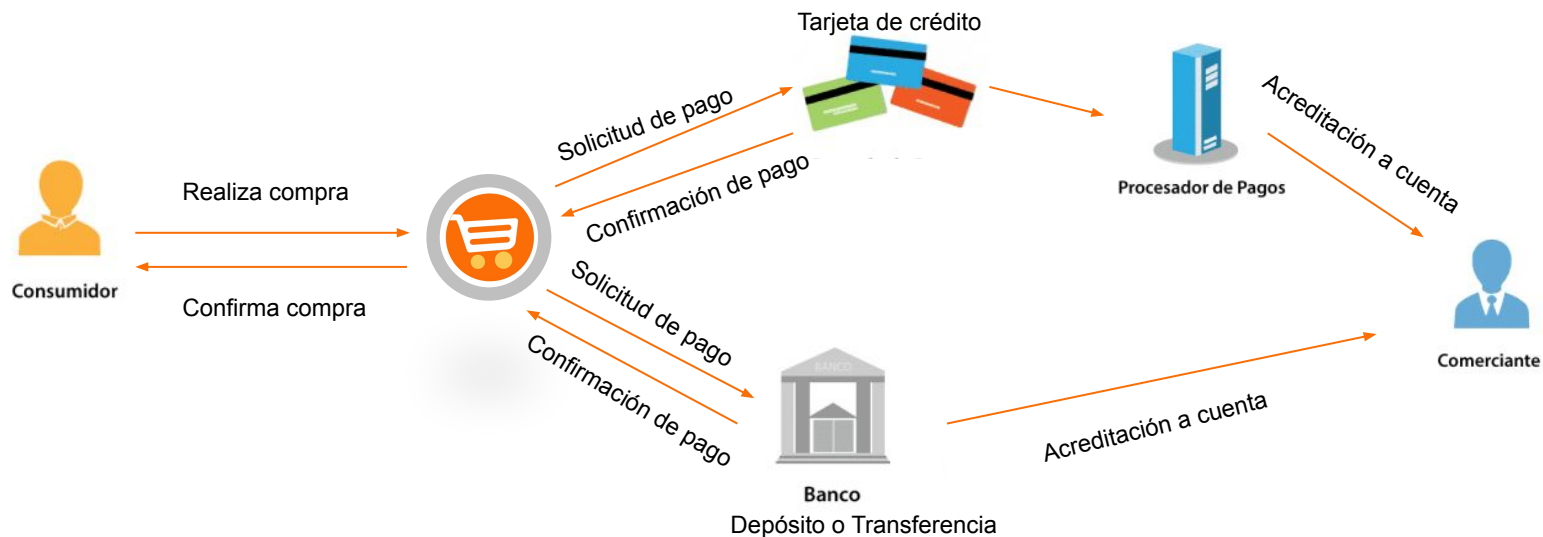
La tienda al momento no maneja un repositorio, pero cuenta recientemente con la implementación de un blog en su página y luego se pongan video clases de spinning para darle fuerza al producto de las bicicletas estáticas



# Estrategia de e-commerce

## Pasarela de Pago

La pasarela de pago para cualquier negocio de e-commerce es una herramienta que da confianza y seguridad a los usuarios, el disponer de diferentes formas de pago para que el cliente efectúe la compra y pueda regresar a visitar la página en busca de un nuevo producto de su interés





# MEDIOS DE PAGOS OFERTADOS

## Página Web

W&J Store tiene botón de pago en su página web para que el cliente haga el pedido y pago directo del producto.

**PAY**

**ONLINE**

## Depósito / Transferencia / Pago contra entrega

El pago en efectivo es un medio directo de compra, pues lo pueden hacer por depósitos, transferencias o contra entrega cuando es dentro de la ciudad, para esto se cuenta con personal de entrega confiable.



## Tarjeta de crédito

El cliente tiene la opción de pago con Tarjeta de crédito o débito

\*\*\*\*\*

Los diferentes medios de pago, permite que el cliente tenga varias opciones para hacer sus compras y este no sea un impedimento de adquirir productos, por eso es importante que la tienda mantenga estas diferentes medios de pagos

# Modelo CANVAS

<p><b>SOCIOS CLAVE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contactos de importadores</li> <li>- Distribuidores</li> </ul> 	<p><b>ACTIVIDADES CLAVE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actualización de la página web y redes sociales.</li> <li>- Posteo diario en redes sociales</li> </ul>  <p><b>RECURSOS CLAVE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollador de página web</li> <li>- Community manager</li> </ul> 	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p> <p>Los costos más bajos del mercado, mejor precio con calidad</p> 	<p><b>RELACIÓN CON LOS CLIENTES</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Medir satisfacción del cliente post venta.</li> <li>- Comentarios en las redes sociales</li> <li>- Recomendaciones y calificación en la página web</li> </ul> <p><b>CANALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Redes sociales (Facebook – Instagram)</li> <li>- WhatsApp</li> <li>- Página web</li> </ul> 	<p><b>SEGMENTO DE CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mujeres de 25 a 45 años de la ciudad de Guayaquil que no tienen mucho tiempo por su trabajo y les gusta ejercitarse.</li> </ul> 
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantenimiento de la página web</li> <li>- Publicidad en redes sociales</li> <li>- Community manager</li> <li>- Costos de importación</li> <li>- Impuestos de importación</li> </ul> 		<p><b>FLUJO DE INGRESOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Venta de los productos.</li> </ul> 		

# CONSIDERACIONES ÉTICAS

En el momento que se creó el e-commerce hace seis años se tuvo que considerar algunos puntos vitales para la creación y buen funcionamiento del mismo como lo es la parte ética en donde los valores y principios del usuario deben ser respetados promoviendo todos los derechos de la población consumidora.

Todos estos valores y principios constituyen un grupo de estándares mínimos que de manera no limitativa, deben ser respetadas en toda actividad comercial que sea realizada en un comercio electrónico y así mismo los mecanismos de verificación de que se dé cumplimiento a estos estándares.

La intención y finalidad de crear un e-commerce en cuanto la tema ético, significa lo siguiente:

- ✓ Respetar y promover los derechos de la población consumidora.
- ✓ Fomentar una cultura de consumo responsable.
- ✓ Promover derechos humanos de las y los consumidores.
- ✓ Fomentar la publicidad ética y responsable.
- ✓ Proteger la confidencialidad y grupos vulnerables.
- ✓ Fomentar la autorregulación.



# CONSIDERACIONES LEGALES

En cuanto al aspecto legal es pertinente centrarse en los términos y condiciones haciendo énfasis sobre la privacidad del usuario, se puede mencionar como ejemplo el momento del pago en línea en el que el comprador debe ingresar datos sensibles como número de tarjeta de crédito, número telefónica, dirección, etc., lo cual puede llegar a comprometer la seguridad virtual del usuario, por lo que todo ecommerce debe garantizar un tratamiento confidencial de cualquier tipo de información que pueda usarse para identificar a los sujetos, en los que pueda implicar la eliminación de información.

En la actualidad el usuario digital cuenta con el respaldo de la Ley Orgánica de Datos Personales del Ecuador.

Según el artículo 66 numeral 19 de la Constitución de la República reconoce y garantiza a las personas: “19. El derecho a la protección de datos personales, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos personales requerirán la autorización del titular o el mandato de ley”.



# CIBERSEGURIDAD

Una de las preocupaciones más apremiantes de un negocio digital, es cómo proteger su plataforma de venta. Cómo defender de posibles hackeos ese pequeño espacio on-line que es la fuente de sus ingresos.

La seguridad de la información se ha convertido en una de las principales áreas de preocupación y riesgo de los usuarios donde los negocios digitales deben garantizar la seguridad de las transacciones protegiendo los datos de los clientes y reduciendo las consecuencias de una mala configuración que podría aumentar la vulnerabilidad ante cualquier ciberataque. El objetivo principal de todo e-commerce debe ser el de crear confianza en los clientes para ganar su fidelidad.

Lo primero que se debe saber es que existen diferentes tipos de medidas que se pueden tomar para garantizar la seguridad on-line, ya que en la mayoría de tiendas on-line el 99% de los casos, el hacker robará la información con datos sensibles del cliente: datos personales, cuentas bancarias, números de tarjetas de crédito o códigos de validación por lo que se recomienda a la importadora tomar las siguientes medidas:



# CIBERSEGURIDAD



- \*No almacenar datos clientes que no sean necesarios.
- \*Crear contraseñas complejas pero que no sean necesariamente largas.
- \*Realizar chequeos de enlaces cada 48 o 72 horas.
- \*Usar software actualizados.
- \*Recomendar a los clientes procesar sus compras únicamente en equipos electrónicos de su propiedad.
- \*Intentar en la manera que sea posible, procesos de autenticación en dos pasos
- \*Como la tienda tiene su plataforma creada sobre WordPress, se recomienda activar las WordPress Security Keys que trabajan en combinación con las cookies, garantizando que los accesos sean realizados por las personas verdaderamente autorizadas, desde los dispositivos realmente usados de manera regular para realizar los accesos.
- \*Activar los certificados SSL, estos son el estándar universal cuando se trata de proteger las transacciones en línea. El certificado SSL autentica la identidad de los usuarios y encripta los datos durante el almacenamiento y el tránsito.

La denegación de servicios es un ciberataque que recibe el servidor o hosting de un sitio web por el cual se satura de peticiones de acceso haciendo que el sitio web se ralentice o que deje de estar disponible. Los ataques de DDoS son muy temidos pues pueden hacer que un e-commerce no pueda ofrecer sus servicios al bloquear o tirar los servidores donde se aloja.